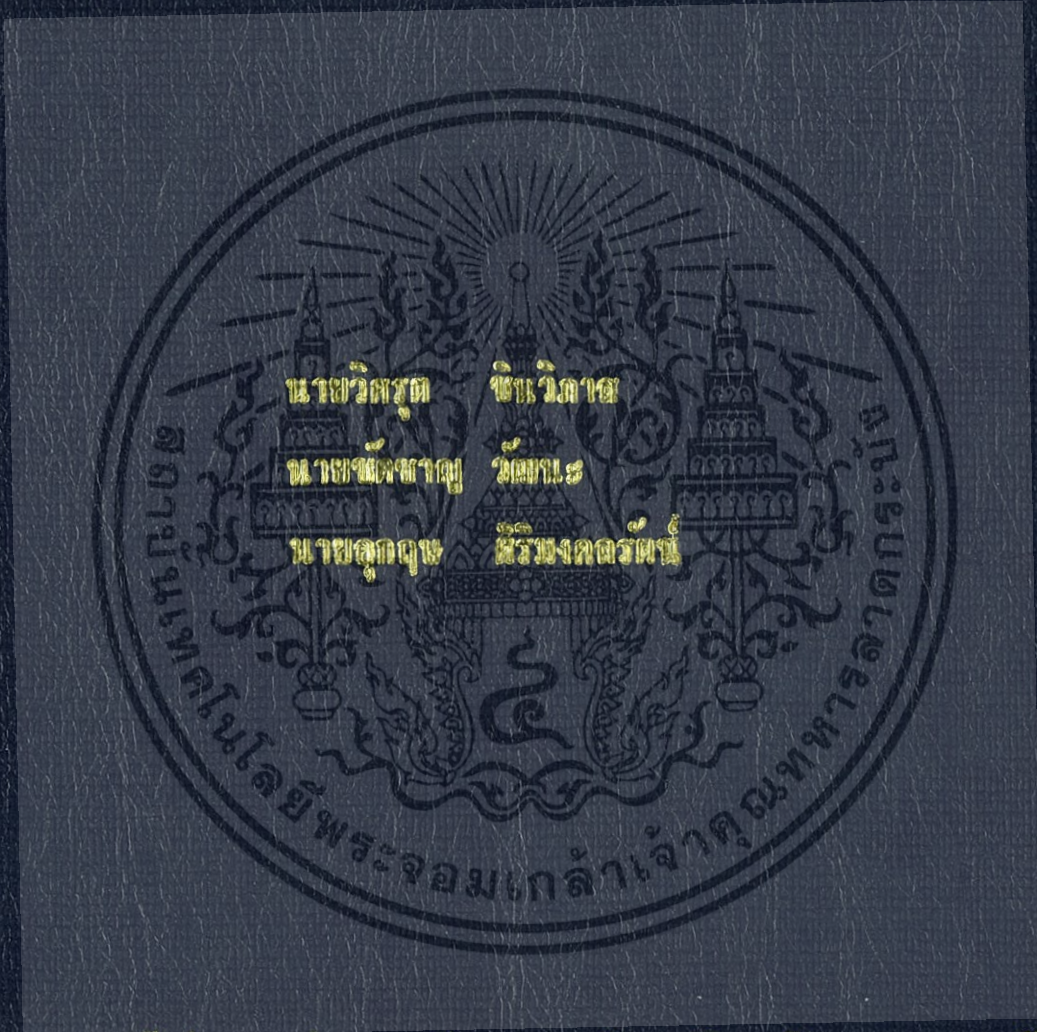


การศึกษานโยบายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตปริมณฑลและเขตพระโขนง

STUDYING ON FACTORS INFLUENCED TO DECISION MAKING TO BUY
CONDOMINIUM IN PRAWET AND PRAKANONG AREA



ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วิทยาลัยการศึกษาระดับบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา ๒๕๕๒

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง
STUDYING ON FACTORS INFLUENCED TO DECISION MAKING TO BUY
CONDOMINIUM IN PRAWET AND PRAKANONG AREA



T110885



โดย

นายวิศรุต ชินวิภาส
นายรัชชาญ วัฒนะ
นายอุกฤษ ศิริมงคลรัตน์

รฟ.
๗๖๕๒๓
๒๕๕๒

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน... 110885
วัน,เดือน,ปี 29 ๗๗. 2553

b. 122๗1214
i.....

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**STUDYING ON FACTORS INFLUENCED TO DECISION MAKING TO BUY
CONDOMINIUM IN PRAWET AND PRAKANONG AREA**



MR. WITSARUT CHINWIPAT

MR. CHATCHAN VATTANA

MR. UKRIT SIRIMONGKOLRAT

A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
BACHELOR OF CIVIL ENGINEERING
SCHOOL OF CIVIL ENGINEERING, FACULTY OF ENGINEERING
KING MONGKUT 'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2009

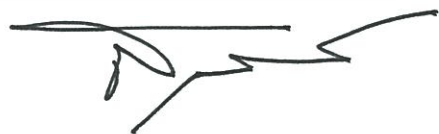
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรอง โครงการพิเศษ

| | | | |
|--------------------|--|--------------|--------------|
| หัวข้อโครงการพิเศษ | การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนกรีตผสมในเขตประเวศและเขตพระโขนง | | |
| นักศึกษา | นายวิศรุต ชินวิภาส | รหัสประจำตัว | 49012112 |
| | นายชัชชาญ วัฒนะ | รหัสประจำตัว | 49012340 |
| | นายอุกฤษ ศิริมงคลรัตน์ | รหัสประจำตัว | 49012372 |
| หลักสูตร | วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต | สาขาวิชา | วิศวกรรมโยธา |
| สาขาวิชา | วิศวกรรมโยธา | | |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ผศ.แหลมทอง เหล่าคงถาวร | | |

| คณะกรรมการสอบโครงการพิเศษ | ลายมือชื่อ |
|-----------------------------|---|
| ผศ.แหลมทอง เหล่าคงถาวร |  |
| ผศ.นันทวัฒน์ จรัสโรจน์ธนเดช | |
| ดร.วุฒิชัย ชาคีพัฒนานันท์ | |

สาขาวิชาวิศวกรรมโยธารับรองแล้ว



(รศ.ดร.สุชัยวีร์ สุวรรณสวัสดิ์)

ประธานสาขาวิชาวิศวกรรมโยธา

วันที่ 19 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2553

หัวข้อโครงการพิเศษ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและ
เขตพระโขนง
STUDYING ON FACTORS INFLUENCED TO DECISION MAKING TO
BUY CONDOMINIUM IN PRAWET AND PRAKANONG AREA

นักศึกษา นายวิศรุต ชินวิภาส
นายชัชชาญ วัฒนชะ
นายอุกฤษ ศิริมงคลรัตน์

อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.แหลมทอง เหล่าคงถาวร

ระดับการศึกษา วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา

สาขาวิชา วิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2552

บทคัดย่อ

เนื่องจากปัจจุบันพื้นที่ในการปลูกที่พักอาศัยมีแนวโน้มลดลงและราคาสูงขึ้น จึงทำให้ปัจจุบันมีการแข่งขันการขายสิ่งปลูกสร้างด้านที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมสูงขึ้น การศึกษานี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง และแนวโน้มในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม การศึกษาดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามกับ กลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร ที่มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง จำนวน 385 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคมากที่สุดคือ ด้านการเงิน ด้านผู้ประกอบการ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านทำเลและสถานที่ตั้ง รองลงมาคือ ด้านรูปแบบ ด้านการตลาด ด้านเศรษฐกิจ

Title : STUDYING ON FACTORS INFLUENCED TO DECISION MAKING TO
BUY CONDOMINIUM IN PRAWET AND PRAKANONG AREA

Name : MR. WITSARUT CHINWIPAT
MR. CHATCHAN VATTANA
MR. UKRIT SIRIMONGKOLRAT

Field : CIVIL ENGINEERING

School : CIVIL ENGINEERING

Faculty : ENGINEERING

Advisor : ASST.PROF.LAEMTHONG LAOKHONGTHAVORN

ABSTRACT

At the present residential areas are likely decrease and higher prices. It causes the competitively condominium sales. So this research aims to study the factors affecting the buying and condominiums in Prawet and Prakanong area and trend in buying condominium. Questionnaire was used as a tool to collect data. The samples of the research were 385 consumers who lived or worked in Bangkok and were buying a condominium in Prawet and Prakanong. In term of statistical application, percentage, mean, standard deviation, t-Test and One-Way Analysis of variance (ANOVA) were used for differential analysis. The result of research and hypothesis testing can be summarized as follow, factors most affected consumers' buying condominium are financing aspect, the entrepreneur aspect, environment aspect and location aspect. The secondary affected factors are model aspect, marketing aspect and economy aspect.

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาบัตรฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ ศศ.แหลมทอง เหล่าคณาจารย์
ที่ให้เกียรติรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาบัตร โดยให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบ
แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความกรุณาโดยตลอด ซึ่งถือเป็นสิ่งอันมีค่าที่ผู้ประพันธ์ได้จากการศึกษา
ณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพ
รักยิ่ง

ถือเป็นเกียรติอันสูงส่งแก่ผู้ประพันธ์ที่ได้รับจาก ศศ.นันทวัฒน์ จรัสโรจน์ชนเดช ใน
ฐานะกรรมการสอบ โครงการงานพิเศษ ด้วยคำแนะนำและข้อคิดเห็นที่กระจ่างชัดของท่านถือเป็นปัจจัย
สำคัญสำหรับความสำเร็จในงานนี้ ผู้ประพันธ์ได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ มากมายจากท่านและพึงระลึกถึงท่าน
เสมอ และขอกล่าวคำขอบคุณอย่างยิ่งแก่ ดร.วุฒิชัย ชาติพัฒนานันท์ สำหรับความเข้าใจในข้อคิดเห็น
และคำแนะนำที่ท่านมอบให้สำหรับ โครงการงานพิเศษ ในฐานะกรรมการสอบ โครงการงานพิเศษ

ท้ายที่สุดขอขอบคุณ สมาชิกในครอบครัวทุกคนที่มอบความรัก ความห่วงใยและให้
การช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องตลอดการศึกษาของผู้ประพันธ์และขอขอบคุณห้องสมุด KMITL สำหรับ
หนังสือและแหล่งข้อมูลอันทรงค่าสำหรับงานศึกษานี้

นาย วิศรุต ชินวิภาส

นาย ชัชชาญ วัฒนะ

นาย อุกฤษ ศิริมงคลรัตน์

ผู้ประพันธ์

สารบัญ

| บทที่ | เรื่อง | หน้า |
|-------|---|------|
| | ปกใน (ภาษาไทย) | ก |
| | ปกใน (ภาษาอังกฤษ) | ข |
| | หน้าอนุมัติ | ค |
| | บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| | บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | จ |
| | กิตติกรรมประกาศ | ฉ |
| | สารบัญ | ช |
| | สารบัญตาราง | ฎ |
| | สารบัญรูป | ท |
| 1 | บทนำ | |
| | 1.1 ความสำคัญของปัญหา | 1 |
| | 1.2 จุดประสงค์ | 2 |
| | 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 2 |
| | 1.4 ขอบเขตที่ใช้ในการวิจัย | 2 |
| | 1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย | 2 |
| | 1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย | 2 |
| | 1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย | 2 |
| | 1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา | 3 |
| | 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ | 4 |
| | 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย | 5 |
| | 1.7 สมมติฐานในการวิจัย | 6 |
| 2 | ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| | 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 7 |
| | 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกซื้อ | 15 |

สารบัญ

| บทที่ | เรื่อง | หน้า |
|-------|--|------|
| | 2.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค | 15 |
| | 2.2.1.1 ปัจจัยด้านสังคม | 15 |
| | 2.2.1.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา | 16 |
| | 2.2.1.3 ปัจจัยด้านข่าวสาร ข้อมูล | 17 |
| | 2.2.1.4 ปัจจัยด้านสถานการณ์ | 17 |
| | 2.2.2 ทฤษฎีอุปสงค์ | 18 |
| | 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับคอน โคมิเนียม | 19 |
| | 2.3.1 ความหมายของคอน โคมิเนียม | 19 |
| 3 | วิธีการดำเนินงานวิจัย | |
| | 3.1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 20 |
| | 3.1.1 ประชากร | 20 |
| | 3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง | 20 |
| | 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 21 |
| | 3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ | 21 |
| | 3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ | 23 |
| | 3.2.3 กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็น ที่มีต่อความต้องการด้านต่างๆ | 24 |
| | 3.2.4 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม | 24 |
| | 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 24 |
| | 3.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล | 24 |
| | 3.4.1 การจัดกระทำข้อมูล | 24 |
| | 3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล | 25 |
| | 3.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา | 25 |
| | 3.4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน | 25 |
| | 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล | 25 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา^๕ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

| บทที่ | เรื่อง | หน้า |
|-------|---|------|
| | 3.5.1 คำสถิติเชิงพรรณนา | 25 |
| | 3.5.2 สถิติที่ใช้เพื่อหาความเชื่อมั่น | 26 |
| | 3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน | 27 |
| 4 | ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | |
| | 4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 30 |
| | 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 31 |
| 5 | สรุปผลและข้อเสนอแนะ | |
| | 5.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย | 145 |
| | 5.2 สมมติฐานในการวิจัย | 145 |
| | 5.3 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย | 146 |
| | 5.3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง | 146 |
| | 5.3.1.1 ประชากร | 146 |
| | 5.3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง | 146 |
| | 5.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 146 |
| | 5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 147 |
| | 5.6 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล | 147 |
| | 5.6.1 การจัดกระทำข้อมูล | 147 |
| | 5.6.1.1 การตรวจสอบข้อมูล | 147 |
| | 5.6.1.2 การลงรหัส | 147 |
| | 5.6.1.3 การประมวลผลข้อมูล | 147 |
| | 5.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูล | 148 |
| | 5.6.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา | 148 |
| | 5.6.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน | 148 |
| | 5.7 สรุปผลการศึกษาวิจัย | 149 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

| บทที่ | เรื่อง | หน้า |
|-------|--|------|
| 5.7.1 | ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล | 149 |
| 5.7.2 | ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค | 149 |
| 5.8 | การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน | 150 |
| 5.9 | อภิปรายผลการศึกษาวิจัย | 152 |
| 5.9.1 | อภิปรายผลเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและพระโขนง ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค | 152 |
| 5.9.2 | อภิปรายผลเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในด้านการเงิน ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านผู้ประกอบการ ด้านการตลาด ด้านรูปแบบ และด้านเศรษฐกิจ | 152 |
| 5.9.3 | อภิปรายผลเกี่ยวกับการวิเคราะห์สมมติฐาน | |
| 5.10 | ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย | 155 |
| 5.11 | ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป | 156 |
| | หนังสืออ้างอิง | 157 |
| | ภาคผนวก ก | ผก1 |
| | แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย | ผก2 |
| | ภาคผนวก ข | ผข1 |
| | ข้อมูลจากแบบสอบถาม | ผข2 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|---|------|
| 3.1 | แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) | 29 |
| 4.1 | แสดง Output เกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม | 32 |
| 4.2 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม | 32 |
| 4.3 | แสดง Output เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | 33 |
| 4.4 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | 33 |
| 4.5 | แสดง Output เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | 33 |
| 4.6 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | 35 |
| 4.7 | แสดง Output เกี่ยวกับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 36 |
| 4.8 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 36 |
| 4.9 | แสดง Output เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | 37 |
| 4.10 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 38 |
| 4.11 | แสดง Output เกี่ยวกับสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม | 39 |
| 4.12 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 39 |
| 4.13 | แสดง Output เกี่ยวกับจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม | 40 |
| 4.14 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกในครอบครัว ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 41 |
| 4.15 | แสดง Output เกี่ยวกับประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม | 42 |
| 4.16 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 42 |
| 4.17 | แสดง Output เกี่ยวกับสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 43 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.18 | แสดงความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม | 43 |
| 4.19 | แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน | 44 |
| 4.20 | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน | 45 |
| 4.21 | แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลและที่ตั้ง | 45 |
| 4.22 | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลและที่ตั้ง | 46 |
| 4.23 | แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม | 46 |
| 4.24 | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม | 47 |
| 4.25 | แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้ประกอบการ | 47 |
| 4.26 | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้ประกอบการ | 48 |
| 4.27 | แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด | 48 |
| 4.28 | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด | 49 |
| 4.29 | แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบ | 49 |
| 4.30 | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบ | 50 |
| 4.31 | แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ | 50 |
| 4.32 | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ | 50 |
| 4.33 | แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามเพศ | 51 |
| 4.34 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามเพศ | 53 |
| 4.35 | แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 55 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.36 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 57 |
| 4.37 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 61 |
| 4.38 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 62 |
| 4.39 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านทำเลและที่ตั้งของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 63 |
| 4.40 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านทำเลและที่ตั้งของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 64 |
| 4.41 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 65 |
| 4.42 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 66 |
| 4.43 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 67 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.44 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 68 |
| 4.45 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาด ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 69 |
| 4.46 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาด ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 70 |
| 4.47 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 71 |
| 4.48 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 72 |
| 4.49 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 73 |
| 4.50 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ | 74 |
| 4.51 | แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 75 |
| 4.52 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 77 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.53 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงิน ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 80 |
| 4.54 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงิน ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 80 |
| 4.55 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 82 |
| 4.56 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 82 |
| 4.57 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 84 |
| 4.58 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ | 84 |
| 4.59 | แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 86 |
| 4.60 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 88 |
| 4.61 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 92 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.62 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 93 |
| 4.63 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาด ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 95 |
| 4.64 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาด ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 97 |
| 4.65 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 99 |
| 4.66 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 100 |
| 4.67 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 102 |
| 4.68 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 103 |
| 4.69 | แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา | 105 |
| 4.70 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา | 107 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.71 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา | 109 |
| 4.72 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา | 110 |
| 4.73 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา | 111 |
| 4.74 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา | 111 |
| 4.75 | แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส | 112 |
| 4.76 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส | 114 |
| 4.77 | แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 116 |
| 4.78 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 118 |
| 4.79 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 121 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.80 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงิน ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 122 |
| 4.81 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 123 |
| 4.82 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 123 |
| 4.83 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 125 |
| 4.84 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว | 125 |
| 4.85 | แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทของ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 127 |
| 4.86 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 128 |
| 4.87 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงิน ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 132 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | ชื่อตาราง | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.88 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงิน ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 132 |
| 4.89 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อม ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 134 |
| 4.90 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อม ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 134 |
| 4.91 | แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 136 |
| 4.92 | แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 136 |
| 4.93 | แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสิทธิความเป็น เจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 138 |
| 4.94 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อ ของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | 139 |
| 4.95 | แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน | 142 |

สารบัญรูป

| รูปที่ | ชื่อรูป | หน้า |
|--------|--|------|
| 1.1 | แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย | 5 |
| 4.1 | แสดงสัดส่วนของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม | 33 |
| 4.2 | แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | 34 |
| 4.3 | แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | 35 |
| 4.4 | แสดงรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม | 37 |
| 4.5 | แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | 38 |
| 4.6 | แสดงสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม | 40 |
| 4.7 | แสดงจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม | 41 |
| 4.8 | แสดงประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม | 43 |
| 4.9 | แสดงสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม | 44 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นของมนุษย์ มนุษย์จึงแสวงหาถิ่นฐานที่คงที่ปลอดภัยและมั่นคง และอำนวยความสะดวกดำรงชีวิตให้มากที่สุด สภาพที่อยู่ของมนุษย์จะมีสภาพขึ้นอยู่กับความแตกต่างของลักษณะในด้านต่างๆ ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ลักษณะทางภูมิอากาศ รวมไปถึงความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเช่น กระท่อม บ้านดิน บ้าน หอพัก ตึกแถว อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม ฯลฯ

เนื่องจากปัจจุบันระบบการแข่งขันในตลาดคอนโดมิเนียมมีการแข่งขันสูงมากขึ้น โดยเฉพาะโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคากลางราคากระหว่าง 1-3 ล้านบาท ที่ผู้ประกอบการหลายรายหันมาเน้นการเปิดตัวโครงการตามแนวระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและย่านใจกลางเมือง เพื่อจับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง ที่ต้องการความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งปัจจุบันภาระค่าใช้จ่ายผู้บริโภครับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยลดลง กอปรกับผู้บริโภคมีทางเลือกและอำนาจการต่อรองที่สูงขึ้น อีกทั้งรูปแบบคอนโดมิเนียมในปัจจุบันมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนัก และอีกหนึ่งสาเหตุมาจาก อัตราดอกเบี้ยและราคาที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยซึ่งหากราคาที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ ก็จะทำให้กำลังซื้อลดต่ำลงได้

สำหรับคอนโดมิเนียมระดับกลาง ปัจจุบันจะมีกลุ่มผู้ซื้อชาวไทย และกลุ่มนักลงทุนให้ความสนใจค่อนข้างมาก หลายโครงการได้รับความนิยมอย่างงดงามหลังการเปิดขายโครงการเช่น โครงการ วิลล่า ราชเทวี โดยบริษัท ทีซีซี แคมป์ปิตอล แลนด์ โครงการไลฟ์ เอท รัชดา ลาดพร้าว โดยกลุ่ม เอพี เป็นต้น ส่งผลให้โครงการระดับกลางจะมีการแข่งขันที่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง

ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจกคอนโดแต่ละรายจะมีการศึกษาด้านการตลาดเป็นอย่างดี แต่ก็ยังไม่ได้มีการทำออกมาในลักษณะงานวิจัยเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม โดยเฉพาะในภาพรวม การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมนั้น จะทำให้เจ้าของโครงการรู้ว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้ซื้อ จึงสามารถออกแบบและสร้างโครงการให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ช่วยลดความเสี่ยงที่ไม่สามารถจำหน่ายคอนโดมิเนียมได้ นอกจากนั้นยังทำให้ผู้บริโภคสามารถใช้เป็นเกณฑ์ที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม จึงเป็นประเด็นปัญหาที่น่าสนใจในการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 1.จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกซื้อคอน โคมิเนียม ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาและวิเคราะห์ในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการเลือกซื้อคอน โคมิเนียม ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปศึกษาต่อและใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

1.2 จุดประสงค์

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภค” ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมาย เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียม ในเขตประเวศและเขตพระโขนง
2. ได้ข้อมูลอ้างอิงในการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่จะลงทุนในที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง
3. ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับเป็นแหล่งความรู้ให้กับผู้สนใจทั่วไป

1.4 ขอบเขตที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับงานวิจัยนี้ประเภทของคอน โคมิเนียมที่จะทำการศึกษา คือ คอน โคมิเนียม ในเขตประเวศและเขตพระโขนง

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงที่อยู่อาศัยหรือทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อคอน โคมิเนียม โดยทำการหาขนาดตัวอย่างจากสูตร กรณีสุ่มสุ่มแบบง่าย (N) ขนาดใหญ่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่างและใช้วิธีการเลือกตัวอย่างที่ไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ซึ่งวิธีการเก็บตัวอย่างที่ใช้คือ การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะแจกแบบสอบถามกับกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา² และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างที่พบในสำนักงานขายของคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง จนครบตามจำนวนที่กำหนด

1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
- 21 - 30 ปี
- 31 - 40 ปี
- 41 - 50 ปี
- มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป

1.1.3 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ โปรดระบุ _____

1.1.4 รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 10,001 - 15,000 บาท
- 15,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 25,000 บาท
- 25,001 - 30,000 บาท
- 30,001 - 35,000 บาท
- มากกว่า 35,000

1.1.5 ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา³และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปริญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.6 สถานภาพการสมรส

- โสด
- สมรส
- หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- 1 – 2 คน
- 3 - 4 คน
- มากกว่า 4 คน ขึ้นไป

1.1.8 ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

- ห้องเช่า
- ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์
- คอนโดมิเนียม
- บ้าน
- อื่นๆ โปรดระบุ _____

1.1.9 สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

- เป็นเจ้าของ
- ไม่ได้เป็นเจ้าของ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

คอนโดมิเนียม ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 ประกาศในพระราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2522 ให้คำจำกัดความ “คอนโดมิเนียม” หรือ “อาคารชุด” หมายความว่า “อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ ออกเป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง” หรืออาจจะสรุปได้ง่ายๆ ว่าคอนโดมิเนียมหรืออาคารชุดนั้นเป็นรูปแบบการอยู่อาศัยร่วมกันหลายครัวเรือนในอาณาเขต และอาคารเดียวกัน โดยในอาคารหรือบริเวณที่อยู่อาศัยดังกล่าวมีการแยกกรรมสิทธิ์ การถือครองออกเป็นส่วนๆ ซึ่งประกอบไปด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล ได้แก่ ห้องชุด สิ่งปลูกสร้าง หรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

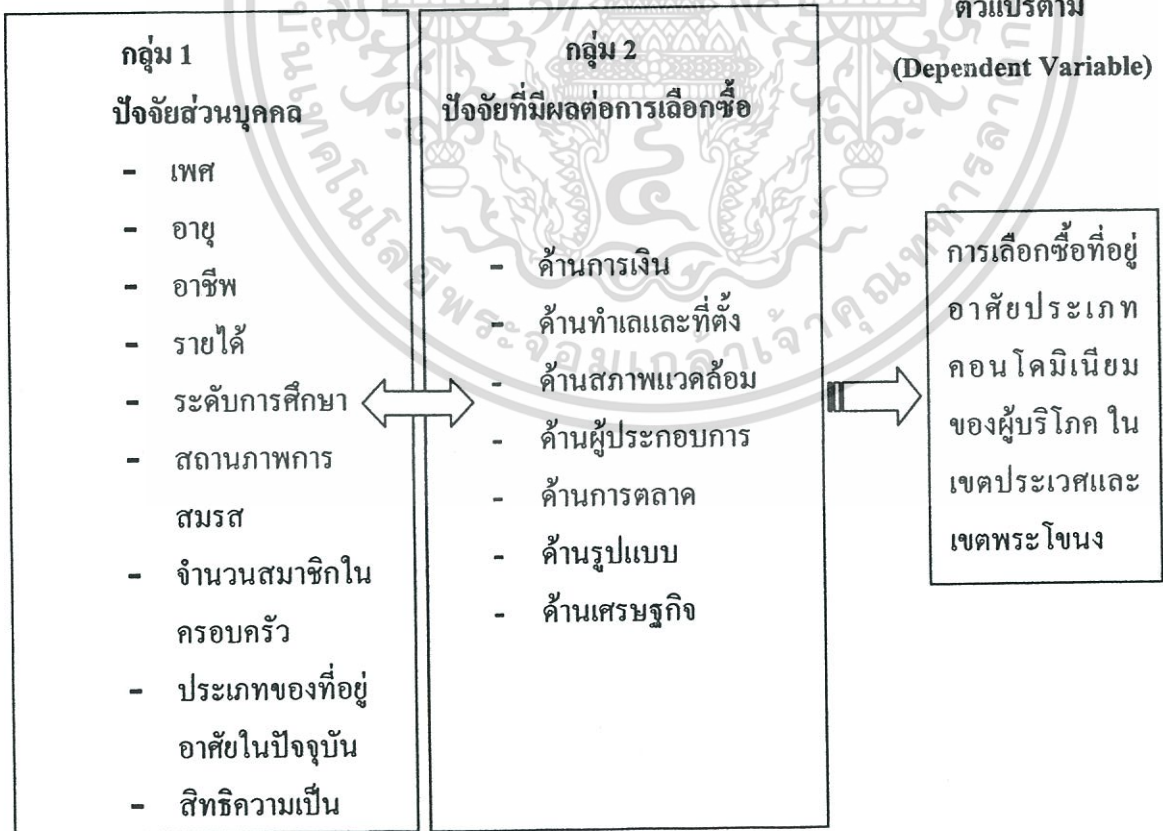
เจ้าของห้องชุดแต่ละรายที่อยู่ร่วมกันได้ ได้แก่ ส่วนของอาคารชุดที่ไม่ใช่ห้องชุด และที่ดินทรัพย์สินอื่นๆ ที่มีไว้ใช้ประโยชน์ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วม

ผู้บริโภครวม ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย; ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน บริการหรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ การทำสัญญานั้นต้องเป็นไปโดยมิใช่เพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้น และหมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้าประกันของบุคคลดังกล่าวซึ่งมิได้กระทำเพื่อการค้าด้วย

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค” มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)



รูปที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
7. ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
8. ผู้บริโภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
9. ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา⁶และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาข้อมูลก่อนทำการวิจัยโดยอาศัยพื้นฐานจากทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อใช้ประกอบในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภค” โดยมีประเด็นการนำเสนอ ดังนี้

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกซื้อ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กึ่งกลม เกตุกึ่ง, จินตนา สิงห์ทอง, วาสนา ทรรศนีย์กุลกิจ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร : ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าสถิติที่ใช้คือ การทดสอบหาความสัมพันธ์ไคว์สแควร์ (Chi-square) และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ของเพียร์สัน โดยมีนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีสถานภาพโสด มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000-15,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ บิคารมราคา และส่วนปัจจัยทางด้านการตลาดซึ่งประกอบด้วยรูปแบบและวัสดุก่อสร้าง ราคา ทำเลที่ตั้ง และการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายพบว่า ส่วนใหญ่ต้องการคอนโดมิเนียมขนาดพื้นที่ 46-66 ตารางเมตร อยู่อาศัยชั้นที่ 6-10 เป็นลักษณะที่มีการตกแต่งภายในเรียบร้อยแล้ว และนิยมใช้วัสดุในการปูพื้นเป็นปาร์เกต์ โดยตัวคอนโดมิเนียมที่มีความโปร่ง โล่ง สบาย ซึ่งจะพิจารณาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายใน และมีระดับราคาที่ต้องการซื้ออยู่ระหว่าง 1,000,001-1,500,000 บาท และมีพื้นที่ในโซนกรุงเทพฯ ตอนบน (เขตจตุจักร คอนเมือง ลาดพร้าว และบางเขน) ซึ่งจะคำนึงถึงการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วเป็นหลัก และส่วนใหญ่ต้องการซื้อแบบเงินผ่อน โดยใช้เวลาผ่อนชำระ 6-10 ปี กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในอัตราดอกเบี้ยคงที่ 1 ปี ร้อยละ 3.25-4.74 โดยจะพิจารณาแหล่งข้อมูลจากโบปลิทและผ่านพบโฆษณาโครงการรวมทั้งต้องการส่งเสริมการขายที่เป็นของแถมอุปกรณ์เพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา⁷ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอมอร วงษ์ศิริ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร หลังวิกฤติเศรษฐกิจ (ปี พ.ศ.2539 - พ.ศ.2545) ผลการวิจัยพบว่า 1.ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัย โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับที่มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างคอนโดมิเนียมจะต้องพัฒนาคุณภาพการก่อสร้าง การออกแบบสวยงาม มีพื้นที่ใช้สอยเหมาะสม มีการขอประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ไว้ให้โดยผู้ซื้อ ไม่ต้องดำเนินการเอง 2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลอยู่ในระดับที่ มาก ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการขึ้นโครงการใหม่ ให้คำนึงถึงด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก หากเศรษฐกิจภายในประเทศยังไม่ดี ประชากรก็ไม่อยากเสี่ยงในการซื้อสินทรัพย์

นันทิลา วชิรปรากการกุล (2547) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา: บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับห้องชุดหรือคอนโดมิเนียมทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ โทรทัศน์สอบถามโครงการ และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนในเรื่องของกรณีศึกษาผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ตามลำดับ โดยในสื่อบุคคลที่ผู้บริโภคเปิดรับมากที่สุด คือ พนักงานขาย สื่อเฉพาะกิจที่ผู้บริโภคเปิดรับมากที่สุด คือ ป้ายโฆษณา และสื่อมวลชนที่ผู้บริโภคเปิดรับมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆก่อนข้างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

พรพวง ลภรัตน์ภรณ์ (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารการตลาดของธุรกิจคอนโดมิเนียม ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ : ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาดของธุรกิจคอนโดมิเนียมโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.775 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.048 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.550 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาดทุกด้านในระดับใกล้เคียงกัน

ในส่วนของปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการขายโดยบุคคลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.173 รองลงมาคือ การตลาดทางตรง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.863 การส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.704 การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.264 และอันดับสุดท้ายคือ การโฆษณา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.179 ตามลำดับ

สายหยุด เกิดสวัสดิ์ (2546) ศึกษาเรื่อง ความต้องการอาคารชุดพักอาศัยในเขตดินแดงและห้วยขวาง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้พักอาศัยอาคารชุดมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 8 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมและความต้องการที่จะเลือกอาคารที่อยู่ใกล้สถานที่ทำงาน เดินทางสะดวก มีบริการทางด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการครบถ้วนในสิ่งแวดล้อมที่ดีไม่มีมลพิษ มีระบบขนส่งมวลชนบริการได้สะดวกรวดเร็ว อยู่ในสังคมที่ดีมีความปลอดภัย

ส่วนความต้องการด้านการใช้พื้นที่ส่วนตัว ส่วนกลาง และบริการของอาคารชุดพบว่าผู้พักอาศัยต้องการพื้นที่ห้องระหว่าง 51-60 ตารางเมตร อยู่ในชั้นสูงๆ ด้านมุมสุดของอาคาร เพื่อต้องการความสงบเงียบและมีความเป็นส่วนตัว ลดเสียงรบกวนจากการจราจรบนถนนและเสียงรบกวนภายในโครงการ

อีกปัจจัยหนึ่งก็คือพื้นที่ส่วนกลางมีความต้องการห้องโถงขนาดใหญ่ไม่น้อยกว่า 16 ตารางเมตร ลิฟต์จำนวน 2 ตัวต่ออาคาร พื้นที่จอดรถจำนวน 1 คันต่อห้องพัก 1 ห้อง การใช้พื้นที่บริการผู้พักอาศัยต้องการบริการร้านค้าขนาดเล็ก สนามกีฬาในร่ม-กลางแจ้ง ร้านซักรีด เสริมสวย และบริการข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์เพื่อสร้างสังคมที่ดีต่อผู้พักอาศัย

ประกิจ ชัยนตรีระศิลป์ (2541) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ของคนต่างด้าว ระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539 : ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุด อันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้ง ของอาคารชุดที่อยู่ใกล้กับที่ทำงาน รองลงมา คือ คุณภาพของวัสดุและการก่อสร้าง, การก่อสร้างแล้วเสร็จพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที, สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ, ความสวยงามของโครงการ, พื้นที่และประโยชน์ใช้สอย, ราคา, การให้บริการติดต่อกับทางหน่วยงานราชการ, ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ, มีคนมีสัญชาติเดียวกันอาศัยอยู่ในโครงการเดียวกัน, เจ้าของโครงการเป็นคนสัญชาติเดียวกัน และมูลค่าในอนาคต ตามลำดับ

อีกปัจจัยคือความพึงพอใจของคนต่างด้าวที่ซื้ออาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีหรือระดับสูง

อภิรักษ์ นิมมานพัชรินทร์ (2543) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร : ใช้จำนวนตัวอย่าง 347 คน ที่สุ่มได้ในเขตชั้นกลางและชั้นในของกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้วิธีวิเคราะห์ในเชิงพรรณนาโดยมีตัวเลขทางสถิติอย่างง่ายประกอบการวิเคราะห์ ผลการสำรวจ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าปัญหาในการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการย้ายที่อยู่อาศัย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด พบว่า รายได้และการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและธุรกิจ ตามลำดับ เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา⁹และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนีย์ นิลมงคล (2546) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ที่จะซื้อที่อยู่อาศัย ; กรณีศึกษาโครงการบ้านสาทร บ้านภัสสร 3 และบ้านพฤษภา 12 : ใช้กลุ่มตัวอย่าง 189 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่สำคัญที่สุดของผู้ที่จะซื้อคือปัจจัยทางการเงิน ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มอื่นที่พิจารณาถึงเรื่องของการทำเลเป็นสำคัญ ปัจจัยรองลงมาที่ผู้ที่จะซื้อให้ความสำคัญคือ ปัจจัยในเรื่องของทางด้านทำเล ปัจจัยทางด้านที่ตั้ง ปัจจัยทางด้านรูปแบบบ้าน ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยทางด้านผู้ประกอบการ ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละปัจจัย ผู้ที่จะซื้อจะมีประเด็นพิจารณาดังนี้

1. ด้านการเงิน พิจารณาเรื่องราคาขายเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ
2. ด้านทำเล พิจารณาเรื่องความสะดวกต่อการเดินทางไปยังจุดต่างๆ
3. ด้านที่ตั้ง พิจารณาเรื่องการเดินทาง / การคมนาคมสะดวก
4. ด้านรูปแบบบ้านพิจารณาเรื่องขนาดพื้นที่ใช้สอย, จำนวนห้องน้ำ - ห้องนอนตามจำนวนต้องการ
5. ด้านสภาพแวดล้อม พิจารณาเรื่องบรรยากาศสงบน่าอยู่อาศัย, มีการดูแลและรักษาหมู่บ้านให้ดูสะอาด
6. ด้านการตลาด พิจารณาเรื่องมีบ้านตัวอย่างให้ชม
7. ด้านผู้ประกอบการ พิจารณาเรื่องเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ประกอบการโดยดูจากมี การดำเนินงานมานานและมีผลงานเป็นที่ปรากฏและความเป็นเจ้าตลาดในทำเล

ที่อยู่อาศัยที่ผู้ที่จะซื้อจะเลือก จะมีระดับราคาและรูปแบบที่สัมพันธ์กับสภาพเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนของผู้ที่จะซื้อ

แหล่งที่มาของเงินที่จะใช้ในการซื้อคือ ใช้เงินออมในการชำระเงินค่างวด และใช้รายได้ประจำทั้งของตัวเองและคู่สมรสในการผ่อนชำระกับสถาบันทางการเงิน

ธนัญญา จันทร์วัฒนพงษ์ (2548) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกของผู้ที่อยู่อาศัยระหว่างบ้านเดี่ยวชั้นเดียว และ บ้านเดี่ยวสองชั้น; กรณีศึกษาหมู่บ้านวรารักษ์ รังสิต คลอง 3 และหมู่บ้านวรารักษ์ รังสิต คลอง 4 จังหวัดปทุมธานี: เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ กับการสำรวจทางกายภาพ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ส่วนใหญ่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ด้วย ซึ่งเป็นเหตุผลในการเลือกบ้านชั้นเดียว เนื่องจากต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติ และไม่ต้องเดินขึ้นลง แต่จะพบปัญหาความไม่เป็นส่วนตัว ไม่ปลอดภัย และความร้อนในเวลากลางวัน

ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวสองชั้น มีเหตุผลในการเลือก เนื่องจากต้องการความเป็นส่วนตัวในการนอนและความปลอดภัยในยามวิกาลที่คนภายนอกเข้าถึง ได้ยากกว่า แต่จะพบปัญหา การเดินขึ้นลงบันได ในกรณีมีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ด้วย

จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยในการเลือกบ้านเดี่ยวชั้นเดียวหรือบ้านเดี่ยวสองชั้น ขึ้นอยู่กับโครงสร้างครอบครัวที่มีผู้สูงอายุเป็นสำคัญ รองลงมาคือการวางแผนของผู้ที่อยู่อาศัยเมื่ออายุมากขึ้นปัจจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 10. และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำคัญอยู่ที่สภาพแวดล้อมและความปลอดภัย ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการทำโครงการบ้านชั้นเดียว จะต้องเตรียมการในเรื่องสภาพแวดล้อม ผังโครงการ ผังบ้าน ที่ให้ความรู้ถึงความปลอดภัย และเป็นธรรมชาติ รวมทั้งรูปแบบบ้านที่ช่วยลดความร้อนภายในบ้านในช่วงเวลากลางวัน

บุศรินทร์ รุ่งรัตนกุล (2549) ศึกษาเรื่อง เหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัย ใกล้สถานีรถไฟฟ้ามหานคร; กรณีศึกษาโครงการซีดีโฮม รัชดา และ ซีดีโฮม สุขุมวิท: ใช้กลุ่มตัวอย่าง 350 คน จากผู้ที่ซื้อห้องชุดพักอาศัยในโครงการซีดีโฮม รัชดา และ ซีดีโฮม สุขุมวิท ในช่วงปี 2548 เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี เป็นผู้มีรายได้สูง คือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป มีถึง 62.6% และส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท 43.7% อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 48% ซึ่งมีที่พักอาศัยในปัจจุบันเป็นบ้านเดี่ยวและเป็นเจ้าของเอง โดยปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อให้ความสำคัญมาก 3 ลำดับแรก คือ ทำเล, ที่ตั้ง และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ซื้อ ไม่ได้เปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ โดยส่วนใหญ่พบว่าจะตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองและกลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่ทราบข้อมูลโครงการมาจากเพื่อน-ญาติ แนะนำ 30.9%

โดยพบว่าเหตุผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ 1.) ซื้อเพื่อการลงทุนมีถึง 45% 2.) เพื่อเก็งกำไรมี 16.9% 3.) ซื้อเพื่อพักอาศัย 37.7%(แยกเป็นซื้อเพื่อให้ญาติ/ลูกพักอาศัย 13.1% เพื่อพักอาศัยเอง 12.3% และเพื่อเป็นบ้านพักอาศัยหลังที่ 2 12.3%) โดยพบว่ามีผู้ซื้อที่ซื้อเพื่อการลงทุนและเก็งกำไร รวมกันถึง 61.9%

ปณัษ แสนคำเครือ (2551) ศึกษาเรื่อง อุปสงค์ด้านที่อยู่อาศัยของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย : ใช้กลุ่มตัวอย่าง 292 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด 77.16% จบการศึกษาระดับปริญญาโท และปริญญาตรี มีเงินเดือนเฉลี่ย 20,000-25,000 บาท ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีรูปแบบเป็นบ้านเดี่ยว 55.25% อยู่อาศัยมาแล้วมากกว่า 15 ปี โดยมีกรรมสิทธิ์เป็นของบิดา มารดา ญาติพี่น้อง โดยมีผู้อาศัยอยู่รวมกันประมาณ 4 คน มีความต้องการกรรมสิทธิ์แบบเป็นเจ้าของ โดยมีความต้องการบ้านเดี่ยว 80.86% ระยะเวลาที่คาดว่าจะซื้อ 3 ปีขึ้นไป โดยราคาที่อยู่อาศัยที่คิดว่าเหมาะสมสำหรับตนเอง คือ ราคาในช่วง 1,000,000-2,000,000 บาท 33.64% ต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ที่มีระยะทางใกล้กับที่ทำงาน ประมาณ 5-10 กิโลเมตร และใช้เวลาในการเดินทางไม่เกิน 30 นาที

ธิดารัตน์ ใจเที่ยง (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลาง ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ: ใช้กลุ่มตัวอย่าง 337 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีเพศชายกับเพศหญิงสัดส่วนใกล้เคียงกัน ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 11 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ภูมิลำเนาเดิมมาจากต่างจังหวัด ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นตัวเอง จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-4 คน โดยระยะทางระหว่างที่ทำงานถึงบ้าน 5-10 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 16-30 นาที

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด มีเงื่อนไขทางการเงินที่สามารถผ่อนค่างวด และผ่อนได้ในระยะเวลาสั้น แต่ถ้าแยกตามหัวข้อพบว่า 1.) การมีสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นธรรมชาติ ไม่มีมลภาวะและเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานอุตสาหกรรมน้อย 2.) ต้องการมาตรฐานความปลอดภัย เช่น ขามรักษาความปลอดภัย 3.) ความมั่นคงของรายได้ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่แตกต่างจากงานวิจัยอื่น คือ โครงการอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีเป็นธรรมชาติ ไม่มีมลภาวะและยังอยู่ใกล้แหล่งงานอีกด้วย

ยุพิน คำนึ่งเนตร (2547) ศึกษาเรื่อง การศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อราคาประเมินอาคารชุดพักอาศัย; กรณีศึกษา อาคารชุดพักอาศัยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี: การดำเนินการวิจัย กำหนดให้ราคาซื้อขายห้องชุดเป็นตัวแปรตาม และตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลต่อราคาห้องชุด เป็นตัวแปรอิสระ จำนวน 24 ตัวแปร ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการศึกษาความสัมพันธ์เบื้องต้นระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระจะได้ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามสามารถนำไปจัดกลุ่มให้ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันเองอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เรียกว่าปัจจัย (Factor) โดยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และนำปัจจัยที่ได้มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับราคาห้องชุด โดยวิธี วิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis : MRA) ด้วยเทคนิค Stepwise เพื่อให้ได้ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่มีผลต่อราคาห้องชุด และนำค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Coefficient) จากสมการถดถอยไปกำหนดเป็นคะแนนถ่วงน้ำหนัก เพื่อใช้ในการประเมินราคาห้องชุดตามเทคนิคการให้คะแนนถ่วงน้ำหนักต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า ในเบื้องต้นสามารถคัดกรองตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับราคาห้องชุด ได้จำนวน 19 ตัวแปร เมื่อนำไปจัดกลุ่มตามวิธีวิเคราะห์ปัจจัย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยวิธีถดถอยพหุ แล้วได้ตัวแปรที่สามารถรวมเป็นปัจจัยและมีผลต่อราคาห้องชุด จำนวน 4 ปัจจัย ประกอบด้วยตัวแปร 15 ตัวแปร เรียงลำดับตามคะแนนถ่วงน้ำหนักจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยที่ 1 คะแนนถ่วงน้ำหนัก 48.38% ได้แก่ ห้องออกกำลังกาย อายุอาคาร ชั้นที่มีการซื้อขาย จำนวนลิฟต์ และพื้นที่ห้องชุด ปัจจัยที่ 2 คะแนนถ่วงน้ำหนัก 22.12% ได้แก่ การรักษาความสะอาดภายในอาคารชุด ที่จอดรถ และสภาพแวดล้อม ปัจจัยที่ 3 คะแนนถ่วงน้ำหนัก 18.64% ได้แก่

ข้อบังคับผังเมืองรวม ท่าเลที่ตั้ง ระยะทางห่างจากถนนหลัก รูปแบบอาคาร และระเบียงห้องชุด ปัจจัยที่ 4 คะแนนถ่วงน้ำหนัก 10.86% ได้แก่ สระว่ายน้ำ และการรักษาความปลอดภัย สำหรับตัวแปรที่รวมเป็นปัจจัยแล้วไม่มีความสัมพันธ์กับราคาห้องชุดได้แก่ระยะทางห่างจากโรงพยาบาล ระยะทางห่างจากสถานีขนส่ง การรักษาความสะอาดภายนอกอาคาร และระยะทางห่างจากทะเล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 12 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อารี งามศิริอุดม (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์ ห้างชุดพักอาศัย; กรณีศึกษา อาคารชุดพักอาศัยในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร: ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดให้ราคาซื้อขายห้างชุดที่ใช้จดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเป็นตัวแปรตาม และกำหนดตัวแปรที่ คาดว่าจะมีผลต่อราคาห้างชุดเป็นตัวแปรอิสระจำนวน 21 ตัวแปร และนำตัวแปรที่ได้มาทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันเองเข้ามาอยู่ใน กลุ่มเดียวกัน เรียกว่า กลุ่มปัจจัย (Factor) และทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มปัจจัยกับตัวแปรตาม โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยเทคนิค Enter เพื่อหาว่า กลุ่มปัจจัยใด มีความสำคัญต่อราคาซื้อขายห้างชุดมากน้อยเพียงใด และทำการกำหนดค่าน้ำหนักปัจจัย (Weighted Factor) ตามความสำคัญของแต่ละกลุ่มปัจจัย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อราคาห้างชุดพักอาศัยประกอบด้วย 5 กลุ่มปัจจัย เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านกฎหมาย ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยเท่ากับ 40.41% ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุอาคารชุด ความกว้างของถนนหน้าอาคารชุด การรักษาความปลอดภัย แบบระบบอยู่ การ์ค
2. ปัจจัยคุณภาพและการบริหารจัดการอาคารชุด ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยเท่ากับ 21.92% ประกอบด้วยตัวแปร 9 ตัวแปร ได้แก่ พื้นที่อาคารชุด จำนวนห้องชุดพักอาศัยในอาคารชุด พื้นที่รวมของห้องชุดพักอาศัยในอาคารชุด พื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุด จำนวนชั้นของอาคารชุด เนื้อ ที่ดินของอาคารชุดค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อพื้นที่ส่วนกลาง ชั้นที่มีการซื้อขาย อัตราส่วนจำนวนห้อง ชุดต่อจำนวนลิฟต์
3. ปัจจัยทำเลที่ตั้งและการเข้าถึง ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยเท่ากับ 13.70% ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปร ได้แก่ ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า BTS ระยะห่าง จากศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ระยะห่างจากสวนสาธารณะ
4. ปัจจัยการเดินทางและสันทนาการ ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยเท่ากับ 12.33% ประกอบด้วย ตัวแปร 2 ตัวแปร ได้แก่ ระยะห่างจากจุดขึ้นทางด่วนระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า
5. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยเท่ากับ 11.64% ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ อัตราส่วนจำนวนห้องชุดต่อจำนวนที่จอดรถยนต์ สถานที่ ออกกำลังกายในอาคารชุด ซาวน่า

ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์(2551) ศึกษาเรื่อง การศึกษา พฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ราคาไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท ในรัศมี 2 กิโลเมตร ตาม แนวรถไฟฟ้า 4 สาย ทั้งที่เปิดให้บริการแล้วและส่วนต่อขยายเส้นทางรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างก่อสร้างใน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา¹³จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ รถไฟฟ้าบีทีเอสสายสีลม-สุขุมวิท, รถไฟฟ้าบีทีเอส ส่วนต่อขยายอ่อนนุช-แบริ่ง, รถไฟฟ้าบีทีเอสส่วนต่อขยายตากสิน-บางหว้า และรถไฟฟ้าใต้ดินสายหัวลำโพง-บางซื่อ ตั้งแต่เดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2551; เป็นการสำรวจพฤติกรรมทางเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคังกล่าวในเชิงลึก โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 420 ราย แบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มที่ได้ซื้อคอนโดมิเนียมแล้ว จำนวน 205 ราย และกลุ่มที่สนใจจะซื้อคอนโดมิเนียมภายใน 1 ปี จำนวน 215 ราย จากการสำรวจพบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นคนรุ่นใหม่มีรายได้เฉลี่ย 2 หมื่นบาท/เดือน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์ที่จะซื้อเพื่ออยู่อาศัย มีความสนใจคอนโดมิเนียมขนาด 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ พื้นที่ 30.5-40 ตารางเมตร มีราคาอยู่ที่ 1.6-2 ล้านบาท โดยทำเลที่สนใจคือ พหลโยธิน-บางซื่อ ส่วนแหล่งเงินส่วนใหญ่จะมาจากเงินส่วนตัว เมื่อดูจากส่วนผสมทางการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคามากที่สุด รองลงไปคือด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับราคาขายเมื่อเทียบกับ 5 เดือนก่อนมีจำนวนโครงการที่ปรับราคาเพิ่ม 63% ไม่ปรับราคา 27% มีเพียง 10% ที่ปรับราคาลง ส่วนทำเลที่มีโครงการปรับราคาเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ พหลโยธิน-ลาดพร้าว-รัชดาภิเษก 22% และทำเลสุขุมวิทตอนปลายปรับราคาขึ้น 16% โครงการที่ปรับราคาขายขึ้นอย่างเช่น เพลินจิต-วิฑูรย์ ราคาเฉลี่ย 2.1 แสนบาท / ตารางเมตร, สุขุมวิทตอนต้น 1.23 แสนบาท / ตารางเมตร, สีลม-สาทร 1.13 แสนบาท / ตารางเมตร, พหลโยธิน-ลาดพร้าว-รัชดาภิเษก 6.6 หมื่นบาท / ตารางเมตร, สุขุมวิทตอนปลาย 6.6 หมื่นบาท / ตารางเมตร, และธนบุรี 6.1 หมื่นบาท / ตารางเมตร

จากผลการสำรวจจะสรุปได้ว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในปัจจุบัน จะให้ความสำคัญในเรื่องของทำเล ราคา และชื่อเสียงของผู้ประกอบการเป็นหลัก โดยห้องชุดขนาด 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ ได้รับความนิยมมากที่สุด

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญมีดังนี้

1. ด้านการเงิน พิจารณาเรื่องราคาขายเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ, มีเงื่อนไขทางการเงินที่สามารถผ่อนค่างวด และผ่อนได้ในระยะเวลานาน
2. ด้านทำเล พิจารณาเรื่องความสะดวกต่อการเดินทางไปยังจุดต่างๆ
3. ด้านที่ตั้ง พิจารณาเรื่องการเดินทาง / การคมนาคมสะดวก / ใกล้สถานที่ทำงาน / ใกล้แหล่งชุมชนและธุรกิจ
4. ด้านรูปแบบคอนโดพิจารณาเรื่องขนาดพื้นที่ใช้สอยและประโยชน์ใช้สอย, จำนวนห้องน้ำ – ห้องนอน ตามจำนวนต้องการ

5. ด้านสภาพแวดล้อม พิจารณาเรื่องบรรยากาศสงบน่าอยู่อาศัย ไม่มีมลพิษและเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานอุตสาหกรรมน้อย, มีการดูแลและรักษาอนามัยนิยมให้ดูสะอาด, มีความปลอดภัย, มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ, ความสวยงามของโครงการ
6. ด้านการตลาด พิจารณาเรื่องมีบ้านตัวอย่างให้ชม, การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย บริการหลังการขาย
7. ด้านผู้ประกอบการ พิจารณาเรื่องเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ โดยดูจากมี การดำเนินงานมานานและมีผลงานเป็นที่ปรากฏและความเป็นเจ้าตลาดในทำเล
8. ด้านเศรษฐกิจ พิจารณาเรื่องเศรษฐกิจภายในประเทศ ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี ประชากรก็ไม่อยากเสียเงิน การซื้อสินทรัพย์

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกซื้อ

2.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (*Influence Factors of Buying Decision*

Process)

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัยต่างๆ 4 กลุ่ม คือ

2.2.1.1 ปัจจัยด้านสังคม (*Social Forces*)

เป็นปัจจัยที่หล่อหลอมให้ผู้บริโภคแต่ละคนมีความต้องการและรู้สึกที่แตกต่างกันไป ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่

วัฒนธรรม (*Culture*) เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมมีส่วนสำคัญต่อแต่ละบุคคลในสังคมในด้านความคิดเห็น ทศนคติและความรู้สึก ดังนั้นเราจึงต้องศึกษาวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนต่อไป

วัฒนธรรมย่อย (*Subculture*) เป็นวัฒนธรรมของคนกลุ่มหนึ่งๆ ซึ่งอาจมีความแตกต่างไปตามเชื้อชาติ ศาสนา และลักษณะภูมิประเทศ ที่มีลักษณะที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ในสังคมนั้น เช่น วัฒนธรรมของชาวจีนในประเทศไทย คริสต์ศาสนิกชน และชาวมุสลิมในประเทศไทย เป็นต้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2545)

ชั้นทางสังคม (*Social Class*) เป็นลักษณะการจัดแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ตามการกำหนดของตัวแปรต่างๆ เช่น อาชีพ รายได้ การศึกษา ฐานะทางสังคม ความมั่งคั่ง และอื่นๆ เป็นต้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2545) ในประเทศไทยจะนิยมนำชั้นทางสังคมตามสถานะเศรษฐกิจและสังคม มาดำเนินการจัดแบ่งชั้นดังนี้

1. กลุ่ม A เป็นกลุ่มระดับบนสุดของสังคม ได้แก่ กลุ่มครอบครัวเชื้อพระวงศ์ นายทหารระดับสูงหรือรัฐมนตรี เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 15 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กลุ่ม B เป็นกลุ่มระดับบนของชนชั้นกลางในสังคม ได้แก่ พวกเศรษฐีใหม่ที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ อธิบดีกรมต่างๆ ปลัดกระทรวงต่างๆ อาจารย์ในมหาวิทยาลัย เป็นต้น
3. กลุ่ม C เป็นชนชั้นกลางที่มีขนาดของกลุ่มใหญ่มากในสังคม ได้แก่ พนักงานหรือลูกจ้างของสำนักงานธุรกิจเอกชนและหน่วยงานราชการ รวมถึงผู้ประกอบการในกิจการขนาดเล็กและผู้สำเร็จระดับปริญญาตรีทั่วไป
4. กลุ่ม D เป็นชนชั้นล่างสุดในชนชั้นทางสังคม ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้ารายย่อย ผู้ใช้แรงงาน ชาวไร่ ชาวนา นักการภารโรง กรรมกรแบกหาม เป็นต้น

กลุ่มและกลุ่มอ้างอิง (*Group and Reference Groups*) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคลอื่น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2545) กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มปฐมภูมิ (*Primary groups*) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนสนิท เป็นกลุ่มที่ผู้บริโภคมองมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับกลุ่มนี้
2. กลุ่มทุติยภูมิ (*Secondary groups*) ได้แก่ เพื่อนร่วมสถาบัน เพื่อนร่วมอาชีพ สมาชิกชมรม เป็นกลุ่มผู้บริโภครวมที่ไม่มี ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับกลุ่มนี้

กลุ่มอ้างอิงนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและการตัดสินใจซื้ออย่างมากโดยเฉพาะการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองมีความเกี่ยวพันสูง เช่น รถยนต์ บ้าน เป็นต้น

2.2.1.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา (*Psychological Forces*)

ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 5 กลุ่ม ดังนี้

1. แรงจูงใจ (*Motivation*) เป็นสภาพจิตใจภายในของบุคคล ซึ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
2. การรับรู้ (*Perception*) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น เพื่อให้เกิดความหมายที่สอดคล้องกัน โดยผู้บริโภคมองกระบวนการเลือกที่จะรับรู้ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ระดับคือ

2.1 การเลือกให้ความสนใจ (*Selective attention*) คือ แนวโน้มที่ผู้บริโภคมองเลือกที่จะรับรู้ในข่าวสารข้อมูลออกจากสิ่งที่ได้ยินหรือได้เห็น

2.2 การเลือกตีความ (*Selective distortion*) คือ แนวโน้มที่ผู้บริโภคมองจะแปลความหมายของข่าวสารข้อมูลให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อเดิมที่มีอยู่แล้ว

2.3 การเลือกจดจำ (*Selective retention*) คือ ผู้บริโภคมองจะเลือกจดจำข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติและความเชื่อเดิมของตนเองที่เคยรับรู้มาในอดีต

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

3. การเรียนรู้ (*Learning*) เป็น ขั้นตอนซึ่งบุคคลได้นำความรู้และประสบการณ์ไปใช้ในพฤติกรรมกรบรีโภค โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนรู้ของมนุษย์มี 4 ปัจจัย คือ แรงกระตุ้น (*Drive*) สัญญาณ (*Cues*) การตอบสนอง (*Responses*) และการเสริมแรง (*Reinforcement*)
4. บุคลิกภาพ (*Personality*) เป็น รูปแบบพฤติกรรมและลักษณะอุปนิสัยของมนุษย์ที่สะท้อนความเป็นบุคคลนั้นๆ โดยจะสะท้อนออกมาเป็นบุคลิกลักษณะต่างๆ เช่น ก้าวร้าว สุภาพ ร่าเริง เศร้าซึม ทนสมัย มั่นใจ โทเล เป็นต้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2545)
5. ทักษะ (*Attitude*) เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้ที่ศึกษานอรรวมและแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด

2.2.1.3 ปัจจัยด้านข่าวสาร ข้อมูล (*Information Factors*)

ข่าวสารและข้อมูลมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ มี 2 ประเภท คือ

1. ข่าวสารและข้อมูลเพื่อการค้า (*Commercial Sources*) เป็นการสื่อข่าวสารและข้อมูลต่างๆ เพื่อกระตุ้นกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. ข่าวสารและข้อมูลทั่วไป (*Social Sources*) เป็นข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร ที่ผู้บริโภคจะไม่ได้รับรู้จากสื่อโฆษณา หรือตัวแทนจำหน่ายขององค์กร (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2545)

2.2.1.4 ปัจจัยด้านสถานการณ์ (*Situation Factors*)

เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ และการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยมีปัจจัยด้านสถานการณ์ต่างๆ เช่น เวลา สถานที่ และบรรยากาศ เป็นต้น โดยสถานการณ์ที่จะต้องวิเคราะห์ จะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ซื้อเมื่อไหร่ (*When consumers buy*) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น
2. ซื้อที่ไหน (*Where consumers buy*) เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์
3. ซื้อทำไม (*Why consumers buy*) เช่น ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายหรือจิตใจ
4. ซื้ออย่างไร (*How consumers buy*) เช่น ชอบที่จะชำระค่าสินค้าเป็นบัตรเครดิตมากกว่าเงินสด ชอบซื้อสินค้าที่มีพนักงานขายคอยแนะนำมากกว่าที่จะดูด้วยตนเอง อาทิ รถยนต์ บ้าน เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อน และเกี่ยวเนื่องโยงใยระหว่างปัจจัย และตัวแปรต่างๆ อย่างลึกซึ้ง ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ เพื่อตอบรับกับผู้บริโภคเป้าหมายต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 ทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์มีรากฐานมาจากทฤษฎีพฤติกรรมกรการบริโภค ทำให้ตัวทฤษฎีเองนั้นต้องอิงข้อกำหนดสมมติฐานที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรการบริโภคทั้งหมด ที่สำคัญที่สุดก็คือ การตั้งข้อสมมติฐานว่าผู้บริโภคต้องการบริโภคสินค้าและบริการเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดภายใต้เงื่อนไขเงินรายได้และราคาสินค้าและบริการที่กำหนดมาให้ โดยอุปสงค์จะต้องประกอบด้วย 1. มีความจำเป็น (Needs) มีความต้องการ (Want) หรือมีความปรารถนา (Desire) 2. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการใดๆ (Willingness to pay) 3. มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) หรือมีเงินที่จะจ่าย (Money to spend) ถ้าขาดคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งไปเราจะไม่เรียกว่าเกิดอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการนั้นๆ (บัณฑิต ผังนิรันดร์, 2545)

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวว่าไว้ว่า “ปริมาณอุปสงค์ ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะเพิ่มขึ้นเมื่อราคาลดลง โดยสมมุติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่” (ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์, 2547) กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าหรือบริการปรับราคาสูงขึ้น ขณะเดียวกันนั้น ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมกรการซื้อสินค้านั้นลดลง และถ้าราคาสินค้าหรือบริการปรับราคาลดลง ขณะเดียวกันนั้น ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมกรการซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้น เป็นเช่นนี้เพราะเกิดจากตัวกำหนดอุปสงค์ หรือตัวแปร หรือปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมกรการของผู้บริโภคแต่ละคน และระยะเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่างดังนี้

1. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณการซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณการซื้อจะมีมาก
2. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการบริโภคสินค้าและบริการจะสูงขึ้นในทิศทางเดียวกัน
3. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าราคาสินค้าหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันได้
4. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภค และความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคมรสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นสิ่งที่มีผลต่อธุรกิจการค้า ดังนั้นหน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมากมหาศาลในการโฆษณาเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หรือมีละนั้นก็เพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิม
5. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับจำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นตาม แต่การเพิ่มจำนวนประชากรยังไม่เป็นการเพียงพอ ประชากรเหล่านั้นต้องมีอำนาจซื้อด้วยจึงจะสามารถซื้อสินค้าได้ในปริมาณที่มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 18 ละต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับภาระจ่ายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ หากในระบบเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้ที่ไม่ดีพอ ความสามารถในการซื้อจะตกอยู่กับกลุ่มคนที่มีรายได้สูงทำให้ปริมาณการซื้อขยับอยู่ในวงจำกัด ในทางตรงกันข้ามหากในระบบเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้ที่ดี อำนาจการซื้อ ก็จะมีมากขึ้นทำให้ปริมาณการซื้อมีมากขึ้นด้วย
7. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ในฤดูหนาวเสื้อกันหนาวจะขายได้ดี ในฤดูร้อนพัดลมหรือเครื่องปรับอากาศจะขายได้ดี เป็นต้น

เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการซื้อกับตัวกำหนดอุปสงค์เหล่านี้ ด้วยฟังก์ชันอุปสงค์ ซึ่งแสดงว่าปริมาณการซื้อสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง เป็นตัวแปรตามส่วนตัวกำหนดต่างๆ เป็นตัวแปรอิสระและในบรรดาตัวกำหนดทั้งหลาย ระดับราคาเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด สำหรับที่อยู่อาศัยนั้นจะมีปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคอีกมาก ราคาของที่อยู่อาศัยไม่ได้เป็นปัจจัยเดียวที่กำหนดอุปสงค์ ดังเช่นที่ปรากฏในทฤษฎีอุปสงค์ดั้งเดิม แต่พบว่าความผันแปรของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยยังมีสาเหตุ มาจากการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ อีก เช่น รายได้ และลักษณะของประชากร กล่าวคือ คำนวณรายได้นั้น เมื่อปรากฏว่ามีรายได้เพิ่ม การใช้จ่ายในการบริโภคก็เพิ่มขึ้นตาม แต่การบริโภคที่เพิ่มขึ้นจะน้อยกว่าระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้น

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม

2.3.1 ความหมายของคอนโดมิเนียม

คอนโดมิเนียม แปลเป็นไทยว่า "อาคารชุด" นิยามของคอนโดมิเนียม คือ อาคารที่แยกกรรมสิทธิ์การถือครองออกเป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง

อาคารชุดพักอาศัย อาคารพักอาศัยรวม หรือ คอนโดมิเนียม หมายถึง บ้านพักอาศัยประเภทที่อยู่ร่วมกันหลายครอบครัว ในแต่ละชั้นหรือในอาคารที่มีหลายชั้น (บัณฑิต จุลาสัย, 2546: 77)

ที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม (Condominium) หรืออาคารชุดเป็นรูปแบบการอาศัยร่วมกันหลายครัวเรือน ในอาณาเขตและอาคารเดียวกัน โดยสามารถแยกการซื้อกรรมสิทธิ์ได้เป็นส่วนๆ ในแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ส่วนกลาง (อวยชัย หาญทวีทอง, 2538: 5)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า คอนโดมิเนียม คือที่อยู่อาศัยที่สามารถแยกกรรมสิทธิ์การถือครองออกเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ส่วนกลาง ในอาณาเขตและอาคารเดียวกัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อคอน โคมินิยมในเขตคลองเตยและเขตพระโขนง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและเขตพระโขนง

3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เนื่องจากจำนวนประชากร (N) มีขนาดใหญ่ ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n คือ ขนาดตัวอย่าง

Z คือ ค่าจากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญ α

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

($Z = 1.96$) ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 385 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 20 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยคำถามทั้งหมดแบ่งได้เป็น แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบปลายปิด (Closed-ended response question) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน คำถามมีทั้งหมด 9 ข้อ มีคำถามเป็นแบบมีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous question) จำนวน 2 ข้อ (ข้อ 1 และข้อ 9) และเป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) โดยให้เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 7 ข้อ (ข้อ 2 – 8)

ข้อที่ 1 เพศ ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 3 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 4 รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 5 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 6 สถานภาพการสมรส ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการวัดข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 8 ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 9 สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบ Likert Scale โดยจะใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) มี 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การกำหนดคะแนน ดังนี้

| คะแนน | ระดับความคิดเห็น |
|-----------|----------------------|
| 5 หมายถึง | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 4 หมายถึง | เห็นด้วย |
| 3 หมายถึง | เฉยๆ |
| 2 หมายถึง | ไม่เห็นด้วย |
| 1 หมายถึง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 21 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้น (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544: 25) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} = \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8 \quad (3.2)$$

ดังนั้นการอภิปรายในส่วนของ Descriptive ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชน (Interval scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ย ดังนี้

| คะแนนเฉลี่ย | การแปลผล |
|-------------|---|
| 4.21 – 5.00 | หมายถึง ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบ คอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจในระดับมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | หมายถึง ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบ คอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจในระดับมาก |
| 2.61 – 3.40 | หมายถึง ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบ คอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจในระดับปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | หมายถึง ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบ คอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้าน |

1.00 — 1.80

หมายถึง

การตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้าน
เศรษฐกิจในระดับ น้อย
ผู้บริโภคนั้นเห็นด้วยกับปัจจัยด้านการเงิน
ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบ
คอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้าน
การตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้าน
เศรษฐกิจในระดับ น้อยที่สุด

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

0.00-0.99

หมายถึง

มีการกระจายของข้อมูลน้อย

1.00 ขึ้นไป

หมายถึง

มีการกระจายของข้อมูลมาก

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. สร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน
2. ข้อคำถามทั้งหมดในตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบปิด (Closed form) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สิทธิ ความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ส่วนข้อคำถามในตอนที่ 2 มีรูปแบบคำถามตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert โดยจะใช้ระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาค (Interval scale) ซึ่งมี 5 คำตอบคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. เสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นต่ออาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบเบื้องต้นในความเที่ยงตรงในเนื้อหาและ โครงสร้างและพิจารณาให้ข้อคิดเห็นและแนะนำแก้ไข
4. ทำการปรับปรุง และแก้ไขตามที่ได้รับการแนะนำจากอาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ และทำการจัดพิมพ์
5. เสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์อีกครั้ง
6. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนของคำถามและตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายกับประชากรที่ศึกษา

3.2.3 กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนความถี่ที่เห็นที่มีต่อความต้องการด้านต่างๆ แบบสอบถามตอนที่ 2 ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

| | | | |
|----------------------|-----|---|-------|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 5 | คะแนน |
| เห็นด้วย | ให้ | 4 | คะแนน |
| เฉยๆ | ให้ | 3 | คะแนน |
| ไม่เห็นด้วย | ให้ | 2 | คะแนน |
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 1 | คะแนน |

3.2.4 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในตอนต้นที่ 2 ด้วยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง ตามสำนักงานขายต่างๆ ของคอน โคมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง โดยนำแบบสอบถามไปเป็นจำนวน 385 ชุด และเริ่มเก็บข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน 2552
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือพิมพ์ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียม เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัย

3.4 การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างแล้วผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

3.4.1 การจัดการข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาทำการบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 24 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ลิขิตความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน
2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ

3.4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 9
2. สถิติ F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-8

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย

1. ค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 36)

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \quad (3.3)$$

| | | | |
|-------|---|-----|-------------------|
| เมื่อ | P | แทน | ค่าร้อยละ |
| | f | แทน | ความถี่ของคะแนน |
| | n | แทน | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง |

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} \quad (3.4)$$

| | | | |
|-------|-----------|-----|----------------------|
| เมื่อ | \bar{X} | แทน | ค่าคะแนนเฉลี่ย |
| | $\sum x$ | แทน | ผลรวมของคะแนนทั้งหมด |
| | n | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 38)

$$S. D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad (3.5)$$

| | | | |
|-------|--------------|-----|---|
| เมื่อ | S.D. | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง |
| | $\sum x^2$ | แทน | ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง |
| | $(\sum x)^2$ | แทน | ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง |
| | n | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

3.5.2 สถิติที่ใช้เพื่อหาความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามหาความเชื่อถือได้ของเครื่องมือโดยการหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach) ใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551: 249)

$$\alpha = \frac{k \text{covariance} / \text{variance}}{1 + (k-1) \text{covariance} / \text{variance}} \quad (3.6)$$

| | | | |
|-------|---|-----|--|
| เมื่อ | α | แทน | ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ |
| | k | แทน | จำนวนข้อถาม |
| | $\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างข้อต่าง ๆ |
| | $\frac{\text{variance}}{\text{variance}}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของข้อถาม |

3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย

1. สถิติ Independent t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 135) โดยมีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} \quad (3.7)$$

| | | | |
|-------|------------------------|--------------------|--|
| เมื่อ | t | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา |
| | \bar{X}_1 | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 |
| | \bar{X}_2 | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 |
| | S_1^2 | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 |
| | S_2^2 | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 |
| | n_1 | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 |
| | n_2 | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 |
| | ในกรณีที่ | $S_1^2 = S_2^2$ | |
| | df | แทน | ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$) |
| | ในกรณีที่ | $S_1^2 \neq S_2^2$ | |
| | Degree of freedom (df) | = | $\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1}\right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{n_2 - 1}}$ |

เมื่อ df แทน ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ

2. สถิติ F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) (กัญญา วานิษฐ์ปัญญา, 2545: 144) มีสูตรดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F |
|------------------|-----|-------------------|--|-----------------------------|
| ระหว่างกลุ่ม (B) | k-1 | SS _(B) | MS _(B) = $\frac{SS_{(B)}}{k-1}$ | $\frac{MS_{(B)}}{MS_{(w)}}$ |
| ภายในกลุ่ม (W) | n-k | SS _(w) | MS _(w) = $\frac{SS_{(w)}}{n-k}$ | $\frac{MS_{(B)}}{MS_{(w)}}$ |
| รวม (T) | n-1 | SS _(T) | | |

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(w)}} \quad (3.9)$$

| | | | |
|-------|-------------------|-----|---|
| เมื่อ | F | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution |
| | df | แทน | ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k - 1) และภายในกลุ่ม (n - k) |
| | k | แทน | จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน |
| | n | แทน | จำนวนตัวอย่างทั้งหมด |
| | SS _(B) | แทน | ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Squares) |
| | SS _(w) | แทน | ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares) |
| | MS _(B) | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups) |
| | MS _(w) | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups) |

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 161) มีดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2;n-k} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.10)$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2;n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ T-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n-k

MSE แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม ($MS_{(w)}$)

n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยของผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงที่อยู่อาศัยหรือทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

| | | |
|-------------|-----|--|
| n | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |
| \bar{X} | แทน | ค่าเฉลี่ย (Mean) |
| S.D. | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) |
| t | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution |
| F | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution |
| Significant | แทน | ระดับนัยสำคัญทางสถิติ |
| H_0 | แทน | สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis) |
| H_1 | แทน | สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis) |
| * | แทน | นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 |

4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เช่น ปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 30 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครอบครัว ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันและสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีการรับรู้ต่อสื่อโฆษณากลางแจ้งของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร่างกัน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่ (จำนวน) และร้อยละ ดังปรากฏในตาราง

ตารางที่ 4.1 แสดง Output เกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

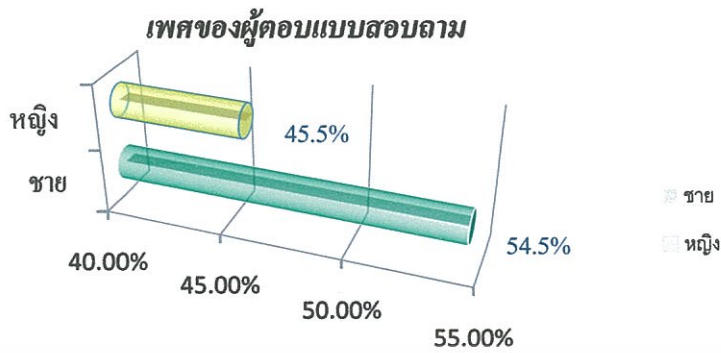
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ชาย | 210 | 54.5 | 54.5 | 54.5 |
| | หญิง | 175 | 45.5 | 45.5 | 100.0 |
| | Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย | 210 | 54.5 |
| หญิง | 175 | 45.5 |
| รวม | 385 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 210 คนคิดเป็นร้อยละ 54.5 และเป็นเพศหญิง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.1 แสดงสัดส่วนของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3 แสดง Output เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 14 | 3.6 | 3.6 | 3.6 |
| | 21-30 ปี | 72 | 18.7 | 18.7 | 22.3 |
| | 31-40 ปี | 124 | 32.2 | 32.2 | 54.5 |
| | 41-50 ปี | 129 | 33.5 | 33.5 | 88.1 |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 11.9 | 11.9 | 100.0 |
| | Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

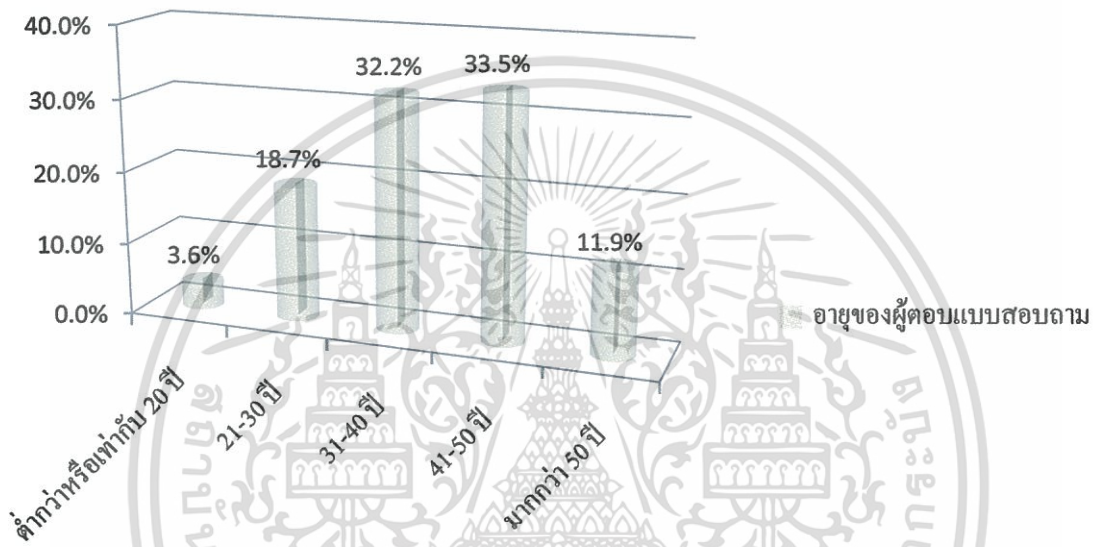
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|--------|
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 14 | 3.6 |
| 21-30 ปี | 72 | 18.7 |
| 31-40 ปี | 124 | 32.2 |
| 41-50 ปี | 129 | 33.5 |
| มากกว่า 50 ปีขึ้นไป | 46 | 11.9 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารรวมที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 อายุ 21-30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 อายุ มากกว่า 50 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.2 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.5 แสดง Output เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

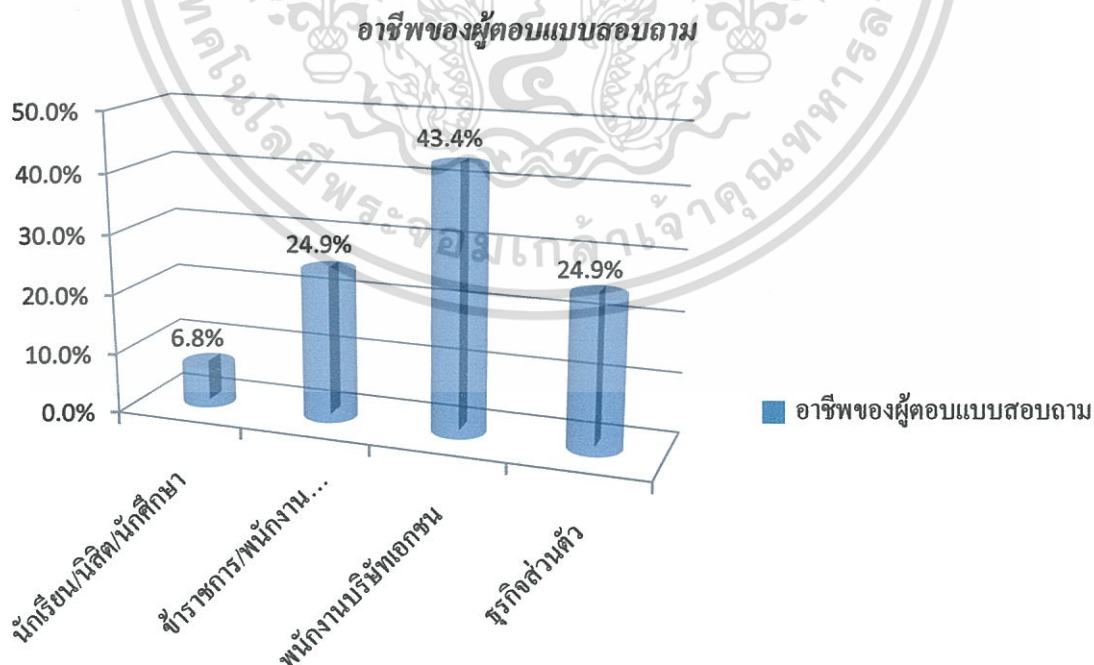
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid นักเรียน, นักศึกษา, นิสิต | 26 | 6.8 | 6.8 | 6.8 |
| ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 96 | 24.9 | 24.9 | 31.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 43.4 | 43.4 | 75.1 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 24.9 | 24.9 | 100.0 |
| Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

| อาชีพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------|
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 6.8 |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 96 | 24.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 43.4 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 24.9 |
| รวม | 385 | 100 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมามีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 และมีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 แสดง Output เกี่ยวกับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 4.9 | 4.9 | 4.9 |
| 10,001-15,000 บาท | 22 | 5.7 | 5.7 | 10.6 |
| 15,001-20,000 บาท | 42 | 10.9 | 10.9 | 21.6 |
| 20,001-25,000 บาท | 82 | 21.3 | 21.3 | 42.9 |
| 25,001-30,000 บาท | 57 | 14.8 | 14.8 | 57.7 |
| 30,001-35,000 บาท | 55 | 14.3 | 14.3 | 71.9 |
| มากกว่า 35,000 บาท | 108 | 28.1 | 28.1 | 100.0 |
| Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

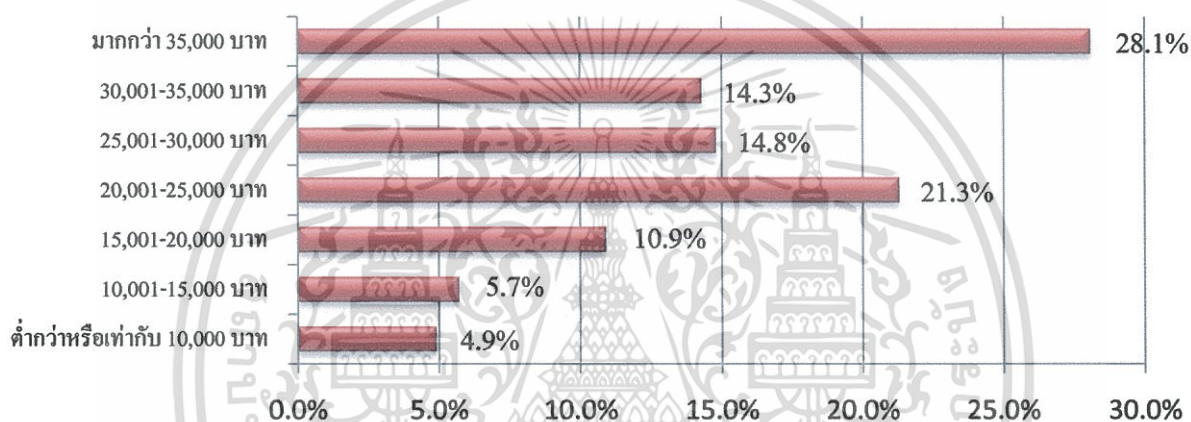
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 4.9 |
| 10,001-15,000 บาท | 22 | 5.7 |
| 15,001-20,000 บาท | 42 | 10.9 |
| 20,001-25,000 บาท | 82 | 21.3 |
| 25,001-30,000 บาท | 57 | 14.8 |
| 30,001-35,000 บาท | 55 | 14.3 |
| มากกว่า 35,000 บาท | 108 | 28.1 |
| รวม | 385 | 100 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 57 คิดเป็นร้อยละ 14.8 รายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9

รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.4 แสดงรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

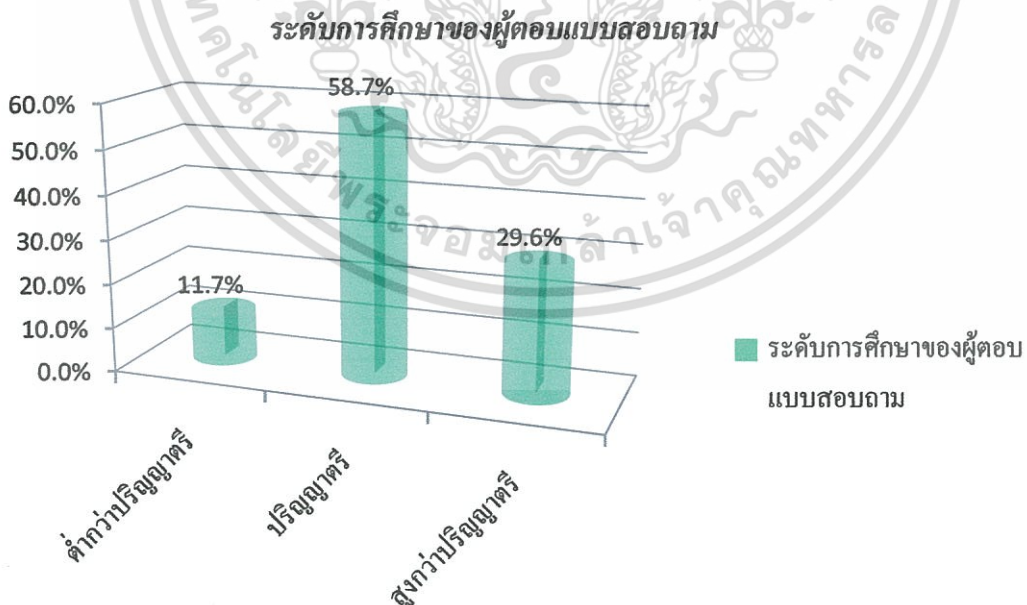
ตารางที่ 4.9 แสดง Output เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 45 | 11.7 | 11.7 | 11.7 |
| ปริญญาตรี | 226 | 58.7 | 58.7 | 70.4 |
| สูงกว่า ปริญญาตรี | 114 | 29.6 | 29.6 | 100.0 |
| Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|--------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 11.7 |
| ปริญญาตรี | 226 | 58.7 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 29.6 |
| รวม | 385 | 100 |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7



รูปที่ 4.5 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 แสดง Output เกี่ยวกับสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

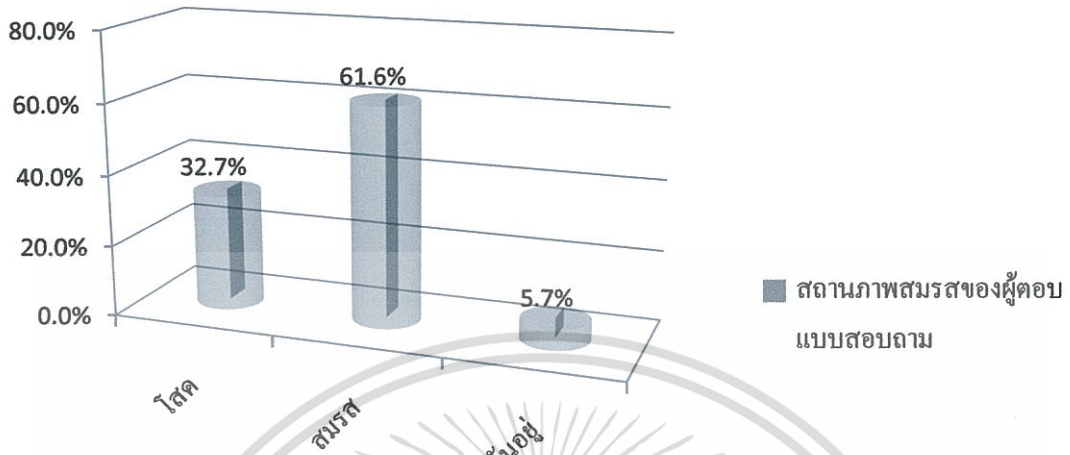
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid โสด | 126 | 32.7 | 32.7 | 32.7 |
| สมรส | 237 | 61.6 | 61.6 | 94.3 |
| หม้าย,หย่าร้าง,แยกกันอยู่ | 22 | 5.7 | 5.7 | 100.0 |
| Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สถานภาพสมรส | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|--------|
| โสด | 126 | 32.7 |
| สมรส | 237 | 61.6 |
| หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 22 | 5.7 |
| รวม | 385 | 100 |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 61.6 รองลงมา มีสถานภาพ โสด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.6 แสดงสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.13 แสดง Output เกี่ยวกับจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

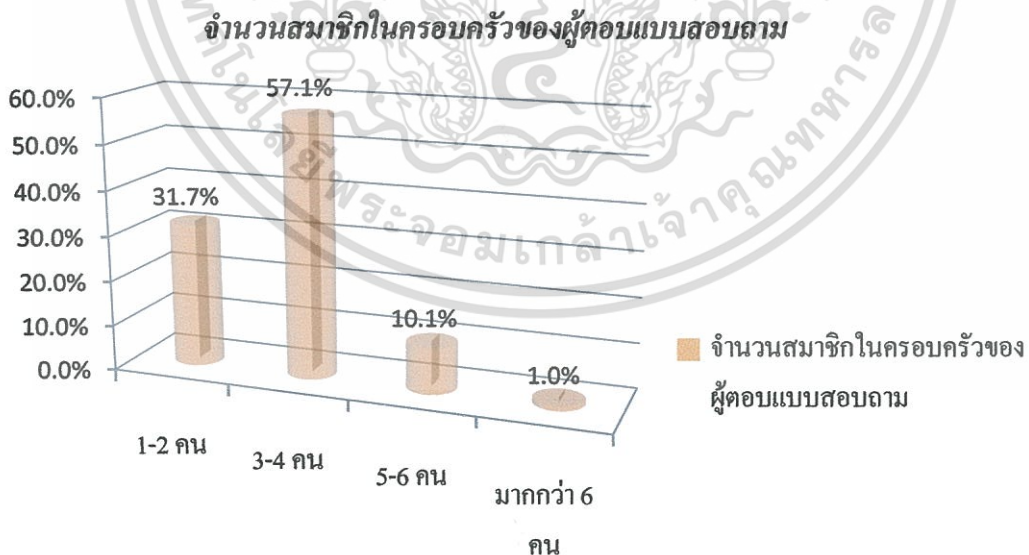
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1-2 คน | 122 | 31.7 | 31.7 | 31.7 |
| 3-4 คน | 220 | 57.1 | 57.1 | 88.8 |
| 5-6 คน | 39 | 10.1 | 10.1 | 99.0 |
| มากกว่า 6 คน | 4 | 1.0 | 1.0 | 100.0 |
| Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|--------|
| 1-2 คน | 122 | 31.7 |
| 3-4 คน | 220 | 57.1 |
| 5-6 คน | 39 | 10.1 |
| มากกว่า 6 คนขึ้นไป | 4 | 1.0 |
| รวม | 385 | 100 |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0



รูปที่ 4.7 แสดงจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 แสดง Output เกี่ยวกับประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

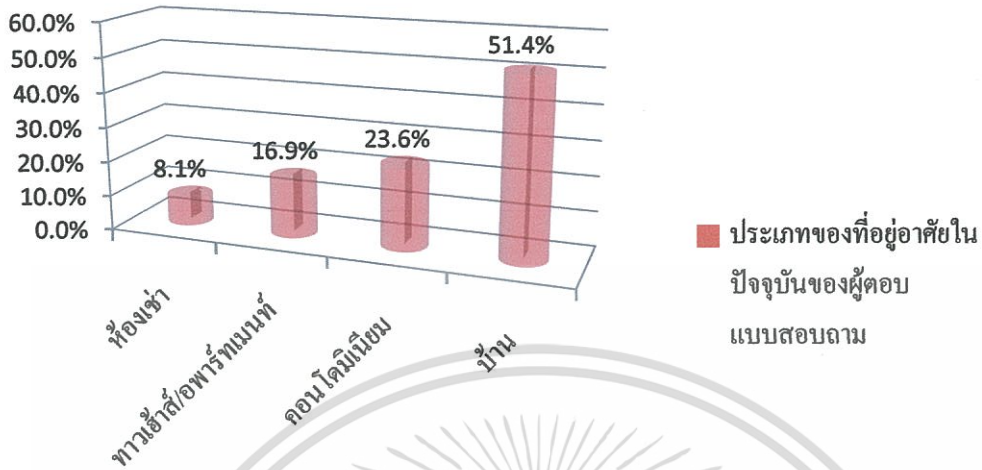
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid ห้องเช่า | 31 | 8.1 | 8.1 | 8.1 |
| ทาวเฮ้าส์, อพาร์ทเมนต์ | 65 | 16.9 | 16.9 | 24.9 |
| คอนโดมิเนียม | 91 | 23.6 | 23.6 | 48.6 |
| บ้าน | 198 | 51.4 | 51.4 | 100.0 |
| Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------|------------|--------|
| ห้องเช่า | 31 | 8.1 |
| ทาวเฮ้าส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 16.9 |
| คอนโดมิเนียม | 91 | 23.6 |
| บ้าน | 198 | 51.4 |
| รวม | 385 | 100 |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน คือ บ้าน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ คอนโดมิเนียม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 ทาวเฮ้าส์/อพาร์ทเมนต์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 และปัจจุบันอาศัย ห้องเช่า จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1

ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.8 แสดงประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.17 แสดง Output เกี่ยวกับสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid เป็นเจ้าของ | 270 | 70.1 | 70.1 | 70.1 |
| ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 29.9 | 29.9 | 100.0 |
| Total | 385 | 100.0 | 100.0 | |

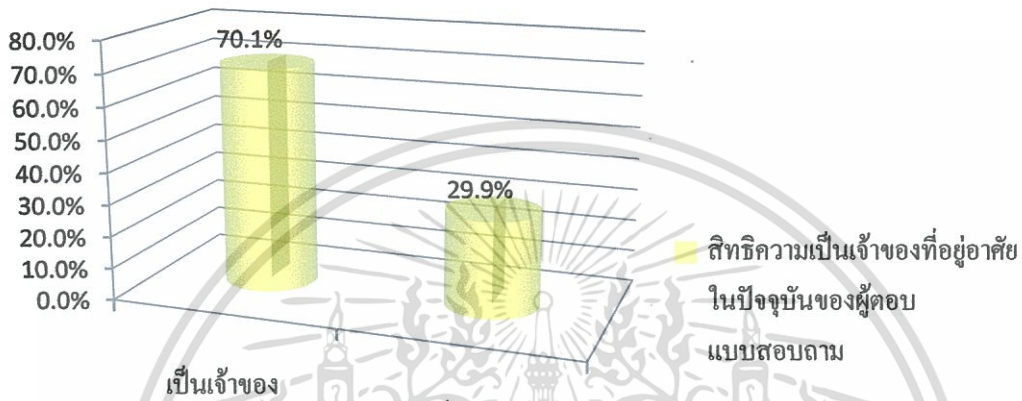
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| เป็นเจ้าของ | 270 | 70.1 |
| ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 29.9 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษา 385 นั้น ไม่อนุญาตให้นำไป 100 วัตถุประสงค์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันคือ เป็นเจ้าของจำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 และไม่ได้เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9

สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.9 แสดงสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4.19 แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน

| | | ข้อที่ 1.1 | ข้อที่ 1.2 | ข้อที่ 1.3 |
|----------------|---------|------------|------------|------------|
| N | Valid | 385 | 385 | 385 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.35 | 4.19 | 4.18 |
| Std. Deviation | | .530 | .666 | .728 |

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน

| ปัจจัยด้านการเงิน | \bar{X} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|-----------|-------|------------------|
| ให้ความสำคัญด้านราคาคอน โดมิเนียม | 4.35 | 0.530 | มากที่สุด |
| คิดว่าราคาคอน โดมิเนียมในท้องตลาด- สูงเกินจริง | 4.19 | 0.666 | มาก |
| กู้เงินเพื่อซื้อคอน โดมิเนียมจากสถาบัน- การเงินที่เป็นพันธมิตรกับเจ้าของ โครงการ | 4.18 | 0.728 | มาก |
| รวม | 4.24 | 0.641 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน พบว่าผู้บริโภคมองเห็นด้านปัจจัยการเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาข้อพบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน ในระดับมากที่สุดคือ ให้ความสำคัญกับราคาคอน โดมิเนียม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35

ตารางที่ 4.21 แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลและที่ตั้ง

| | | ข้อที่ 2.1 | ข้อที่ 2.2 | ข้อที่ 2.3 | ข้อที่ 2.4 |
|----------------|---------|------------|------------|------------|------------|
| N | Valid | 385 | 385 | 385 | 385 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.35 | 4.08 | 4.54 | 3.68 |
| Std. Deviation | | .603 | .975 | .549 | 1.044 |

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง

| ปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | \bar{X} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|-----------|-------|------------------|
| ต้องการคอนโดมิเนียมที่ใกล้กับรถไฟฟ้า | 4.35 | 0.603 | มากที่สุด |
| ต้องการคอนโดมิเนียมที่ติดถนนสาธารณะ | 4.08 | 0.975 | มาก |
| ต้องการคอนโดมิเนียมใกล้กับที่ทำงาน | 4.54 | 0.549 | มากที่สุด |
| ต้องการคอนโดมิเนียมใกล้กับศูนย์การค้า- และโรงพยาบาล | 3.68 | 1.044 | มาก |
| รวม | 4.16 | 0.792 | มาก |

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง พบว่า ผู้บริโภคมองเห็นด้านปัจจัยทำเลและที่ตั้ง อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า

ผู้บริโภคมองเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลและสถานที่ตั้ง ในระดับที่มากที่สุดคือ ต้องการคอนโดมิเนียมที่ใกล้ที่ทำงาน และต้องการคอนโดมิเนียมที่ใกล้กับรถไฟฟ้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และ 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

| | | ข้อที่ 3.1 | ข้อที่ 3.2 | ข้อที่ 3.3 |
|----------------|---------|------------|------------|------------|
| N | Valid | 385 | 385 | 385 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.52 | 4.61 | 3.21 |
| Std. Deviation | | .550 | .535 | 1.160 |

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

| ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม | \bar{X} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|-----------|-------|------------------|
| ต้องการสภาพแวดล้อมร่มรื่นเป็นธรรมชาติ | 4.52 | 0.550 | มากที่สุด |
| ต้องการความปลอดภัยสูงต่อชีวิตและทรัพย์สิน | 4.61 | 0.535 | มากที่สุด |
| ต้องการมีกิจกรรมส่วนกลางมาก | 3.21 | 1.160 | ปานกลาง |
| รวม | 4.11 | 0.748 | มาก |

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคมองเห็นความเห็นด้านปัจจัยสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ผู้บริโภคมองเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในระดับที่มากที่สุด คือ ต้องการความปลอดภัยสูงต่อชีวิตและทรัพย์สิน และต้องการสภาพแวดล้อมร่มรื่นเป็นธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และ 4.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้ประกอบการ

| | | ข้อที่ 4.1 | ข้อที่ 4.2 | ข้อที่ 4.3 |
|----------------|---------|------------|------------|------------|
| N | Valid | 385 | 385 | 385 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.42 | 4.65 | 4.55 |
| Std. Deviation | | .573 | .529 | .548 |

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ | \bar{X} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|-----------|-------|------------------|
| มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง | 4.42 | 0.573 | มากที่สุด |
| มีความชำนาญและประสบการณ์ในการก่อสร้าง | 4.65 | 0.529 | มากที่สุด |
| มีเทคนิคที่ดีและเทคโนโลยีทันสมัยในการก่อสร้าง | 4.55 | 0.548 | มากที่สุด |
| รวม | 4.54 | 0.550 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้ประกอบการ พบว่า ผู้บริโภคมองเห็นด้านปัจจัยผู้ประกอบการ อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ผู้บริโภคมองเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ในระดับมากที่สุด คือ มีความชำนาญและประสบการณ์ในการก่อสร้าง มีเทคนิคที่ดีและเทคโนโลยีทันสมัยในการก่อสร้าง และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 4.55 และ 4.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด

| | | ข้อที่ 5.1 | ข้อที่ 5.2 | ข้อที่ 5.3 |
|----------------|---------|------------|------------|------------|
| N | Valid | 385 | 385 | 385 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.01 | 4.52 | 4.12 |
| Std. Deviation | | .606 | .666 | .583 |

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด

| ปัจจัยด้านการตลาด | \bar{X} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---------------------------------------|-----------|-------|------------------|
| โฆษณาที่มีผลต่อการซื้อ | 4.01 | 0.606 | มาก |
| นโยบายหลังการขายมีผลต่อการซื้อ | 4.52 | 0.666 | มากที่สุด |
| โปรโมชันต่างๆของโครงการมีผลต่อการซื้อ | 4.12 | 0.583 | มาก |
| รวม | 4.21 | 0.618 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นด้านปัจจัยด้านการตลาด อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า

ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด ในระดับมากที่สุด คือ นโยบายหลังการขายมีผลต่อการซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

ตารางที่ 4.29 แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบ

| | | ข้อที่ 6.1 | ข้อที่ 6.2 | ข้อที่ 6.3 |
|----------------|---------|------------|------------|------------|
| N | Valid | 385 | 385 | 385 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 2.81 | 3.44 | 3.85 |
| Std. Deviation | | .966 | .852 | .608 |

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบ

| ปัจจัยด้านรูปแบบ | \bar{X} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|-----------------------------------|-----------|-------|------------------|
| พื้นที่ใช้สอยเหมาะสมกับราคา | 2.81 | 0.966 | ปานกลาง |
| คอน โคมินิยม 1 ห้องนอนเป็นที่นิยม | 3.44 | 0.852 | มาก |
| คอน โคมินิยมสไตลีสอร์ทเป็นที่นิยม | 3.85 | 0.608 | มาก |
| รวม | 3.36 | 0.808 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบ พบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นด้านปัจจัยรูปแบบ อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบ ในระดับที่มากที่สุด คือ คอน โคมินิยม สไตลีสอร์ทเป็นที่นิยม และคอน โคมินิยม 1 ห้องนอนเป็นที่นิยม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และ 3.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดง Output เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

| | | ข้อที่ 7.1 | ข้อที่ 7.2 |
|----------------|---------|------------|------------|
| N | Valid | 385 | 385 |
| | Missing | 0 | 0 |
| Mean | | 4.26 | 3.82 |
| Std. Deviation | | .906 | .821 |

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

| ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ | \bar{X} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--------------------------------------|-----------|-------|------------------|
| เศรษฐกิจมีผลต่อกำลังซื้อ | 4.26 | 0.906 | มากที่สุด |
| วิกฤตเศรษฐกิจช่วงนี้มีผลต่อกำลังซื้อ | 3.82 | 0.821 | มาก |
| รวม | 4.04 | 0.863 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ในระดับที่ มากที่สุด คือ เศรษฐกิจมีผลต่อกำลังซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้
 สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้
 H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน
 H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.33 แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามเพศ

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---------|-----------------------------|---|------|------------------------------|---------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|-------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| การเงิน | Equal variances assumed | .000 | .997 | .246 | 383 | .806 | .010 | .039 | -.067 | .086 |
| | Equal variances not assumed | | | .246 | 373.908 | .805 | .010 | .039 | -.066 | .086 |

ตารางที่ 4.33 แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามเพศ(ต่อ)

| | | | | | | | | | | |
|----------------|-----------------------------|-------|------|-------|---------|------|-------|------|-------|------|
| ทำเลและที่ตั้ง | Equal variances assumed | .161 | .688 | -.770 | 383 | .442 | -.040 | .052 | -.142 | .062 |
| | Equal variances not assumed | | | -.768 | 368.037 | .443 | -.040 | .052 | -.142 | .062 |
| สภาพแวดล้อม | Equal variances assumed | 2.169 | .142 | 1.270 | 383 | .205 | .048 | .038 | -.026 | .122 |
| | Equal variances not assumed | | | 1.258 | 354.578 | .209 | .048 | .038 | -.027 | .123 |
| ผู้ประกอบการ | Equal variances assumed | .465 | .495 | -.792 | 383 | .429 | -.033 | .042 | -.115 | .049 |
| | Equal variances not assumed | | | -.793 | 371.231 | .428 | -.033 | .042 | -.115 | .049 |
| การตลาด | Equal variances assumed | .046 | .831 | -.303 | 383 | .762 | -.014 | .045 | -.102 | .075 |
| | Equal variances not assumed | | | -.303 | 370.419 | .762 | -.014 | .045 | -.102 | .075 |
| รูปแบบ | Equal variances assumed | .168 | .682 | .880 | 383 | .379 | .040 | .046 | -.050 | .130 |
| | Equal variances not assumed | | | .873 | 356.258 | .383 | .040 | .046 | -.051 | .131 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.33 แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามเพศ (ต่อ)

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------------------------|------|------|------|---------|------|------|------|-------|------|
| เศรษฐกิจ | Equal variances assumed | .258 | .612 | .066 | 383 | .947 | .005 | .079 | -.151 | .162 |
| | Equal variances not assumed | | | .066 | 375.015 | .947 | .005 | .079 | -.151 | .161 |

ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามเพศ

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | เพศ | n | \bar{X} | S.D. | t | P |
|--------------------------------|------|-----|-----------|-------|--------|-------|
| ด้านการเงิน | ชาย | 210 | 4.25 | 0.383 | -0.246 | 0.806 |
| | หญิง | 175 | 4.24 | 0.373 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | ชาย | 210 | 4.14 | 0.503 | -0.770 | 0.442 |
| | หญิง | 175 | 4.18 | 0.513 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | ชาย | 210 | 4.13 | 0.351 | 1.270 | 0.205 |
| | หญิง | 175 | 4.08 | 0.389 | | |
| ด้านผู้ประกอบการ | ชาย | 210 | 4.53 | 0.408 | -0.792 | 0.429 |
| | หญิง | 175 | 4.56 | 0.406 | | |
| ด้านการตลาด | ชาย | 210 | 4.21 | 0.440 | -0.303 | 0.762 |
| | หญิง | 175 | 4.22 | 0.441 | | |
| ด้านรูปแบบ | ชาย | 210 | 3.39 | 0.428 | 0.880 | 0.379 |
| | หญิง | 175 | 3.35 | 0.470 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามเพศ (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | เพศ | n | \bar{X} | S.D. | t | P |
|--------------------------------|------|-----|-----------|-------|-------|-------|
| ด้านเศรษฐกิจ | ชาย | 210 | 4.05 | 0.790 | 0.066 | 0.947 |
| | หญิง | 175 | 4.04 | 0.761 | | |

จากตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.806 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านการเงิน ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลและสถานที่ตั้ง มีค่า Probability เท่ากับ 0.442 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านทำเลและสถานที่ตั้ง ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า Probability เท่ากับ 0.205 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านสภาพแวดล้อม ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า Probability เท่ากับ 0.429 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านผู้ประกอบการ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า Probability เท่ากับ 0.762 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านการตลาด ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า Probability เท่ากับ 0.379 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านรูปแบบ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า Probability เท่ากับ 0.947 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ต่างกัน
ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---------|----------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| การเงิน | Between Groups | 1.638 | 4 | .410 | 2.924 | .021 |
| | Linear Term | 1.350 | 1 | 1.350 | 9.633 | .002 |
| | Weighted | 1.497 | 1 | 1.497 | 10.686 | .001 |
| | Deviation | .141 | 3 | .047 | .336 | .799 |
| | Within Groups | 53.240 | 380 | .140 | | |
| Total | | 54.878 | 384 | | | |

ตารางที่ 4.35 แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|----------------|---------|---------------|------------|--------|-------|-------|-------|------|
| ทำเลและที่ตั้ง | Between | (Combined) | 3.751 | 4 | .938 | 3.746 | .005 | |
| | Groups | Linear | Unweighted | .095 | 1 | .095 | .381 | .538 |
| | | Term | Weighted | .654 | 1 | .654 | 2.613 | .107 |
| | | | Deviation | 3.097 | 3 | 1.032 | 4.124 | .007 |
| | | Within Groups | | 95.139 | 380 | .250 | | |
| | Total | | 98.891 | 384 | | | | |
| สภาพแวดล้อม | Between | (Combined) | 1.503 | 4 | .376 | 2.809 | .025 | |
| | Groups | Linear | Unweighted | .160 | 1 | .160 | 1.199 | .274 |
| | | Term | Weighted | .990 | 1 | .990 | 7.398 | .007 |
| | | | Deviation | .514 | 3 | .171 | 1.280 | .281 |
| | | Within Groups | | 50.842 | 380 | .134 | | |
| | Total | | 52.345 | 384 | | | | |
| ผู้ประกอบการ | Between | (Combined) | 4.296 | 4 | 1.074 | 6.885 | .000 | |
| | Groups | Linear | Unweighted | .178 | 1 | .178 | 1.144 | .285 |
| | | Term | Weighted | .710 | 1 | .710 | 4.551 | .034 |
| | | | Deviation | 3.586 | 3 | 1.195 | 7.663 | .000 |
| | | Within Groups | | 59.275 | 380 | .156 | | |
| | Total | | 63.571 | 384 | | | | |
| การตลาด | Between | (Combined) | 3.981 | 4 | .995 | 5.372 | .000 | |
| | Groups | Linear | Unweighted | .460 | 1 | .460 | 2.482 | .116 |
| | | Term | Weighted | .317 | 1 | .317 | 1.709 | .192 |
| | | | Deviation | 3.664 | 3 | 1.221 | 6.593 | .000 |
| | | Within Groups | | 70.393 | 380 | .185 | | |
| | Total | | 74.373 | 384 | | | | |

ตารางที่ 4.35 แสดง Output การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอายุ (ต่อ)

| | | | | | | | |
|----------|---------------|------------|---------|-----|-------|--------|------|
| รูปแบบ | Between | (Combined) | 3.284 | 4 | .821 | 4.238 | .002 |
| | Groups | Linear | 3.152 | 1 | 3.152 | 16.266 | .000 |
| | | Term | 2.259 | 1 | 2.259 | 11.659 | .001 |
| | | Deviation | 1.025 | 3 | .342 | 1.764 | .154 |
| | Within Groups | | 73.626 | 380 | .194 | | |
| Total | | 76.911 | 384 | | | | |
| เศรษฐกิจ | Between | (Combined) | 21.823 | 4 | 5.456 | 9.909 | .000 |
| | Groups | Linear | .642 | 1 | .642 | 1.166 | .281 |
| | | Term | 2.900 | 1 | 2.900 | 5.267 | .022 |
| | | Deviation | 18.922 | 3 | 6.307 | 11.456 | .000 |
| | Within Groups | | 209.220 | 380 | .551 | | |
| Total | | 231.043 | 384 | | | | |

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอายุ

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อศัย | อายุ | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|-------------------------------|---------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านการเงิน | ต่ำกว่าหรือ | | | | | |
| | เท่ากับ 20 ปี | 14 | 4.05 | 0.726 | 2.924* | 0.021 |
| | 21-30 ปี | 72 | 4.18 | 0.429 | | |
| | 31-40 ปี | 124 | 4.23 | 0.348 | | |
| | 41-50 ปี | 129 | 4.27 | 0.304 | | |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 4.37 | 0.380 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | ต่ำกว่าหรือ | | | | | |
| | เท่ากับ 20 ปี | 14 | 3.96 | 0.619 | 3.746* | 0.005 |
| | 21-30 ปี | 72 | 4.28 | 0.525 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 56 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | อายุ | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|--------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| | 31-40 ปี | 124 | 4.22 | 0.522 | | |
| | 41-50 ปี | 129 | 4.05 | 0.456 | | |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 4.01 | 0.482 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 14 | 4.07 | 0.682 | 2.809* | 0.025 |
| | 21-30 ปี | 72 | 4.19 | 0.311 | | |
| | 31-40 ปี | 124 | 4.16 | 0.325 | | |
| | 41-50 ปี | 129 | 4.06 | 0.379 | | |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 4.01 | 0.382 | | |
| ด้านผู้ประกอบการ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 14 | 4.26 | 0.526 | 6.885* | 0.000 |
| | 21-30 ปี | 72 | 4.65 | 0.381 | | |
| | 31-40 ปี | 124 | 4.63 | 0.346 | | |
| | 41-50 ปี | 129 | 4.44 | 0.423 | | |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 4.50 | 0.414 | | |
| ด้านการตลาด | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 14 | 3.90 | 0.659 | 5.372* | 0.000 |
| | 21-30 ปี | 72 | 4.34 | 0.314 | | |
| | 31-40 ปี | 124 | 4.28 | 0.362 | | |
| | 41-50 ปี | 129 | 4.12 | 0.470 | | |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 4.22 | 0.545 | | |
| ด้านรูปแบบ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 14 | 3.76 | 0.659 | 4.238* | 0.002 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายหนึ่ง โดยจำแนกตามอายุ (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | อายุ | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|--------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| | 21-30 ปี | 72 | 3.44 | 0.485 | | |
| | 31-40 ปี | 124 | 3.35 | 0.413 | | |
| | 41-50 ปี | 129 | 3.35 | 0.407 | | |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 3.25 | 0.451 | | |
| ด้านเศรษฐกิจ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 14 | 3.61 | 0.964 | 9.909* | 0.000 |
| | 21-30 ปี | 72 | 4.44 | 0.456 | | |
| | 31-40 ปี | 124 | 4.05 | 0.802 | | |
| | 41-50 ปี | 129 | 3.81 | 0.801 | | |
| | มากกว่า 50 ปี | 46 | 4.17 | 0.685 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.38

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านทำเลที่ตั้ง ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.40

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.42

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.44

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการตลาด ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.46

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.48

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านเศรษฐกิจ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการ

ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.37 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอายุ

| Dependent Variable | (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| การเงิน | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.133 | .109 | .225 | -.35 | .08 |
| | | 31-40 ปี | -.184 | .106 | .083 | -.39 | .02 |
| | | 41-50 ปี | -.219* | .105 | .039 | -.43 | -.01 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.322* | .114 | .005 | -.55 | -.10 |
| | 21-30 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .133 | .109 | .225 | -.08 | .35 |
| | | 31-40 ปี | -.051 | .055 | .362 | -.16 | .06 |
| | | 41-50 ปี | -.086 | .055 | .121 | -.19 | .02 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.189* | .071 | .008 | -.33 | -.05 |
| | 31-40 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .184 | .106 | .083 | -.02 | .39 |
| | | 21-30 ปี | .051 | .055 | .362 | -.06 | .16 |
| | | 41-50 ปี | -.035 | .047 | .458 | -.13 | .06 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.138* | .065 | .033 | -.27 | -.01 |
| | 41-50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .219* | .105 | .039 | .01 | .43 |
| | | 21-30 ปี | .086 | .055 | .121 | -.02 | .19 |
| | | 31-40 ปี | .035 | .047 | .458 | -.06 | .13 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.103 | .064 | .108 | -.23 | .02 |
| | | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .322* | .114 | .005 | .10 | .55 |
| | มากกว่า 50 ปี | 21-30 ปี | .189* | .071 | .008 | .05 | .33 |
| | | 31-40 ปี | .138* | .065 | .033 | .01 | .27 |
| | | 41-50 ปี | .103 | .064 | .108 | -.02 | .23 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ | | ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี |
|--------------------------|-----------|------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| | \bar{X} | 4.05 | 4.18 | 4.23 | 4.27 | 4.37 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 4.05 | - | -0.133 (0.225) | -0.184 (0.083) | -0.219* (0.039) | -0.322* (0.005) |
| 21-30 ปี | 4.18 | | - | -0.051 (0.362) | -0.086 (0.121) | -0.189* (0.008) |
| 31-40 ปี | 4.23 | | | - | -0.035 (0.458) | -0.138* (0.033) |
| 41-50 ปี | 4.27 | | | | - | -0.103 (0.108) |
| มากกว่า 50 ปี | 4.37 | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.039 และ 0.005 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.219 และ 0.322 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.008 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.189

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.033 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.138

ตารางที่ 4.39 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย คำนวณค่าเฉลี่ยและที่คั่งของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| Dependent Variable | (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ทำเลและที่คั่ง | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.320* | .146 | .029 | -.61 | -.03 |
| | | 31-40 ปี | -.257 | .141 | .069 | -.53 | .02 |
| | | 41-50 ปี | -.084 | .141 | .550 | -.36 | .19 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.215 | .153 | .160 | -.52 | .09 |
| | 21-30 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .320* | .146 | .029 | .03 | .61 |
| | | 31-40 ปี | .063 | .074 | .396 | -.08 | .21 |
| | | 41-50 ปี | .236* | .074 | .001 | .09 | .38 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .105 | .094 | .265 | -.08 | .29 |
| | 31-40 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .257 | .141 | .069 | -.02 | .53 |
| | | 21-30 ปี | -.063 | .074 | .396 | -.21 | .08 |
| | | 41-50 ปี | .173* | .063 | .006 | .05 | .30 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .042 | .086 | .624 | -.13 | .21 |
| | 41-50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .084 | .141 | .550 | -.19 | .36 |
| | | 21-30 ปี | -.236* | .074 | .001 | -.38 | -.09 |
| | | 31-40 ปี | -.173* | .063 | .006 | -.30 | -.05 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.131 | .086 | .129 | -.30 | .04 |
| มากกว่า 50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .215 | .153 | .160 | -.09 | .52 | |
| | 21-30 ปี | -.105 | .094 | .265 | -.29 | .08 | |
| | 31-40 ปี | -.042 | .086 | .624 | -.21 | .13 | |
| | 41-50 ปี | .131 | .086 | .129 | -.04 | .30 | |

ตารางที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านทำเลและสถานที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี | |
|--------------------------|--------------------------|----------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | \bar{X} | 3.96 | 4.28 | 4.22 | 4.05 | 4.18 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 3.96 | - | -0.320* (0.029) | -0.257 (0.069) | -0.084 (0.550) | -0.215 (0.160) |
| 21-30 ปี | 4.28 | | - | 0.063 (0.396) | 0.236* (0.001) | 0.105 (0.265) |
| 31-40 ปี | 4.22 | | | - | 0.173* (0.006) | 0.042 (0.624) |
| 41-50 ปี | 4.05 | | | | - | -0.131 (0.129) |
| มากกว่า 50 ปี | 4.18 | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านทำเลและที่ตั้ง มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.029 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.320

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านทำเลและที่ตั้ง มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.001 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.236

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านทำเลและที่ตั้ง น้อยกว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.006 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.173

ตารางที่ 4.41 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| Dependent Variable | (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|---------------------------|---------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| สภาพแวดล้อม | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.114 | .107 | .288 | -.32 | .10 |
| | | 31-40 ปี | -.087 | .103 | .398 | -.29 | .12 |
| | | 41-50 ปี | .009 | .103 | .927 | -.19 | .21 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .064 | .112 | .566 | -.16 | .28 |
| 21-30 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .114 | .107 | .288 | -.10 | .32 |
| | | 31-40 ปี | .027 | .054 | .624 | -.08 | .13 |
| | | 41-50 ปี | .123 | .054 | .023 | .02 | .23 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .178 | .069 | .010 | .04 | .31 |
| 31-40 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .087 | .103 | .398 | -.12 | .29 |
| | | 21-30 ปี | -.027 | .054 | .624 | -.13 | .08 |
| | | 41-50 ปี | .097 | .046 | .036 | .01 | .19 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .151 | .063 | .017 | .03 | .28 |
| 41-50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.009 | .103 | .927 | -.21 | .19 |
| | | 21-30 ปี | -.123 | .054 | .023 | -.23 | -.02 |
| | | 31-40 ปี | -.097 | .046 | .036 | -.19 | .00 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .055 | .063 | .384 | -.07 | .18 |
| มากกว่า 50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.064 | .112 | .566 | -.28 | .16 |
| | | 21-30 ปี | -.178 | .069 | .010 | -.31 | -.04 |
| | | 31-40 ปี | -.151 | .063 | .017 | -.28 | -.03 |
| | | 41-50 ปี | -.055 | .063 | .384 | -.18 | .07 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.42 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ | | ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี |
|--------------------------|-----------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | \bar{X} | 4.07 | 4.19 | 4.16 | 4.06 | 4.01 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 4.07 | - | -0.114 (0.288) | -0.087 (0.398) | 0.009 (0.927) | 0.064 (0.566) |
| 21-30 ปี | 4.19 | | - | 0.027 (0.624) | 0.123* (0.023) | 0.178* (0.010) |
| 31-40 ปี | 4.16 | | | - | 0.097* (0.036) | 0.151* (0.017) |
| 41-50 ปี | 4.06 | | | | - | 0.055 (0.384) |
| มากกว่า 50 ปี | 4.01 | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านสภาพแวดล้อมมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.023 และ 0.010 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.123 และ 0.178 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านสภาพแวดล้อม มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.036 และ 0.017 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.097 และ 0.151 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| Dependent Variable | (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|---------------------------|---------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผู้ประกอบการ | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.391 [*] | .115 | .001 | -.62 | -.16 |
| | | 31-40 ปี | -.367 [*] | .111 | .001 | -.59 | -.15 |
| | | 41-50 ปี | -.180 | .111 | .106 | -.40 | .04 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.238 [*] | .121 | .049 | -.48 | .00 |
| 21-30 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .391 [*] | .115 | .001 | .16 | .62 |
| | | 31-40 ปี | .024 | .059 | .685 | -.09 | .14 |
| | | 41-50 ปี | .211 [*] | .058 | .000 | .10 | .33 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .153 [*] | .075 | .041 | .01 | .30 |
| 31-40 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .367 [*] | .111 | .001 | .15 | .59 |
| | | 31-40 ปี | -.024 | .059 | .685 | -.14 | .09 |
| | | 41-50 ปี | .187 [*] | .050 | .000 | .09 | .28 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .129 | .068 | .059 | .00 | .26 |
| 41-50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .180 | .111 | .106 | -.04 | .40 |
| | | 31-40 ปี | -.211 [*] | .058 | .000 | -.33 | -.10 |
| | | 41-50 ปี | -.187 [*] | .050 | .000 | -.28 | -.09 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.058 | .068 | .392 | -.19 | .08 |
| มากกว่า 50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .238 [*] | .121 | .049 | .00 | .48 |
| | | 31-40 ปี | -.153 [*] | .075 | .041 | -.30 | .00 |
| | | 41-50 ปี | -.129 | .068 | .059 | -.26 | .01 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .058 | .068 | .392 | -.08 | .19 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ | | ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี |
|--------------------------|-----------|------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| | \bar{X} | 4.26 | 4.65 | 4.63 | 4.44 | 4.50 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 4.26 | - | -0.391* (0.001) | -0.367* (0.001) | -0.180 (0.106) | -0.238* (0.049) |
| 21-30 ปี | 4.65 | | - | 0.024 (0.685) | 0.211* (0.000) | 0.153* (0.041) |
| 31-40 ปี | 4.63 | | | - | 0.187* (0.000) | 0.129 (0.059) |
| 41-50 ปี | 4.44 | | | | - | -0.058 (0.392) |
| มากกว่า 50 ปี | 4.50 | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และ มากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.001 0.001 และ 0.049 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.391 0.367 และ 0.238 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 และ 0.041 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.211 และ 0.153 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.187

ตารางที่ 4.45 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาดของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอายุ

| Dependent Variable | (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|---------------------------|---------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| การตลาด | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.433 [*] | .126 | .001 | -.68 | -.19 |
| | | 31-40 ปี | -.372 [*] | .121 | .002 | -.61 | -.13 |
| | | 41-50 ปี | -.219 | .121 | .071 | -.46 | .02 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.320 [*] | .131 | .015 | -.58 | -.06 |
| 21-30 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .433 [*] | .126 | .001 | .19 | .68 |
| | | 31-40 ปี | .061 | .064 | .339 | -.06 | .19 |
| | | 41-50 ปี | .214 [*] | .063 | .001 | .09 | .34 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .113 | .081 | .164 | -.05 | .27 |
| 31-40 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .372 [*] | .121 | .002 | .13 | .61 |
| | | 21-30 ปี | -.061 | .064 | .339 | -.19 | .06 |
| | | 41-50 ปี | .153 [*] | .054 | .005 | .05 | .26 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .052 | .074 | .482 | -.09 | .20 |
| 41-50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .219 | .121 | .071 | -.02 | .46 |
| | | 21-30 ปี | -.214 [*] | .063 | .001 | -.34 | -.09 |
| | | 31-40 ปี | -.153 [*] | .054 | .005 | -.26 | -.05 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.101 | .074 | .174 | -.25 | .04 |
| มากกว่า 50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .320 [*] | .131 | .015 | .06 | .58 |
| | | 21-30 ปี | -.113 | .081 | .164 | -.27 | .05 |
| | | 31-40 ปี | -.052 | .074 | .482 | -.20 | .09 |
| | | 41-50 ปี | .101 | .074 | .174 | -.04 | .25 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.46 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาดของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี |
|--------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| \bar{X} | 3.90 | 4.34 | 4.28 | 4.12 | 4.22 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 3.90 | -0.433* (0.001) | -0.372* (0.002) | -0.219 (0.071) | -0.320* (0.015) |
| 21-30 ปี | 4.34 | - | 0.061 (0.339) | 0.214* (0.001) | 0.113 (0.164) |
| 31-40 ปี | 4.28 | | - | 0.153* (0.005) | 0.052 (0.482) |
| 41-50 ปี | 4.12 | | | - | -0.101 (0.174) |
| มากกว่า 50 ปี | 4.22 | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการตลาด น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.001 0.002 และ 0.015 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.433 0.372 และ 0.320 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการตลาด มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.005 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.153

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.006 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.173

ตารางที่ 4.47 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| Dependent Variable | (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|---------------------------|---------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| รูปแบบ | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | .317* | .129 | .014 | .06 | .57 |
| | | 31-40 ปี | .410* | .124 | .001 | .17 | .65 |
| | | 41-50 ปี | .416* | .124 | .001 | .17 | .66 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .508* | .134 | .000 | .24 | .77 |
| 21-30 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.317* | .129 | .014 | -.57 | -.06 |
| | | 31-40 ปี | .092 | .065 | .158 | -.04 | .22 |
| | | 41-50 ปี | .098 | .065 | .130 | -.03 | .23 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .191* | .083 | .022 | .03 | .35 |
| 31-40 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.410* | .124 | .001 | -.65 | -.17 |
| | | 21-30 ปี | -.092 | .065 | .158 | -.22 | .04 |
| | | 41-50 ปี | .006 | .055 | .915 | -.10 | .11 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .099 | .076 | .196 | -.05 | .25 |
| 41-50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.416* | .124 | .001 | -.66 | -.17 |
| | | 21-30 ปี | -.098 | .065 | .130 | -.23 | .03 |
| | | 31-40 ปี | -.006 | .055 | .915 | -.11 | .10 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .093 | .076 | .221 | -.06 | .24 |
| มากกว่า 50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | -.508* | .134 | .000 | -.77 | -.24 |
| | | 21-30 ปี | -.191* | .083 | .022 | -.35 | -.03 |
| | | 31-40 ปี | -.099 | .076 | .196 | -.25 | .05 |
| | | 41-50 ปี | -.093 | .076 | .221 | -.24 | .06 |

ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี | |
|--------------------------|--------------------------|----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| \bar{X} | 3.76 | 3.44 | 3.35 | 3.35 | 3.25 | |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 3.76 | - | 0.317* (0.014) | 0.410* (0.001) | 0.416* (0.001) | 0.508* (0.000) |
| 21-30 ปี | 3.44 | - | 0.092 (0.158) | 0.098 (0.130) | 0.191* (0.022) | |
| 31-40 ปี | 3.35 | | - | 0.006 (0.915) | 0.099 (0.196) | |
| 41-50 ปี | 3.35 | | | - | 0.093 (0.221) | |
| มากกว่า 50 ปี | 3.25 | | | | - | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านรูปแบบ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.014 0.001 0.001 และ 0.000 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.317 0.410 0.416 และ 0.508 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านรูปแบบ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.022 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.191

ตารางที่ 4.49 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามอายุ

| Dependent Variable | (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|---------------|---------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|---------------------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | | | | | เศรษฐกิจ | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี |
| | | 31-40 ปี | -.441 [*] | .209 | .036 | -.85 | -.03 |
| | | 41-50 ปี | -.207 | .209 | .323 | -.62 | .20 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.567 [*] | .226 | .013 | -1.01 | -.12 |
| | 21-30 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .837 [*] | .217 | .000 | .41 | 1.26 |
| | | 31-40 ปี | .396 [*] | .110 | .000 | .18 | .61 |
| | | 41-50 ปี | .630 [*] | .109 | .000 | .42 | .85 |
| | | มากกว่า 50 ปี | .271 | .140 | .054 | .00 | .55 |
| | 31-40 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .441 [*] | .209 | .036 | .03 | .85 |
| | | 21-30 ปี | -.396 [*] | .110 | .000 | -.61 | -.18 |
| | | 41-50 ปี | .234 | .093 | .012 | .05 | .42 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.126 | .128 | .328 | -.38 | .13 |
| | 41-50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .207 | .209 | .323 | -.20 | .62 |
| | | 21-30 ปี | -.630 [*] | .109 | .000 | -.85 | -.42 |
| | | 31-40 ปี | -.234 | .093 | .012 | -.42 | -.05 |
| | | มากกว่า 50 ปี | -.360 [*] | .127 | .005 | -.61 | -.11 |
| | มากกว่า 50 ปี | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | .567 [*] | .226 | .013 | .12 | 1.01 |
| | | 21-30 ปี | -.271 | .140 | .054 | -.55 | .00 |
| | | 31-40 ปี | .126 | .128 | .328 | -.13 | .38 |
| | | 41-50 ปี | .360 [*] | .127 | .005 | .11 | .61 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.50 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 21-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี | |
|--------------------------|--------------------------|----------|----------|----------|---------------|---------|
| | \bar{X} | 3.96 | 4.28 | 4.22 | 4.05 | 4.18 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 3.96 | - | -0.837* | -0.441* | -0.207 | -0.567* |
| | | | (0.000) | (0.036) | (0.323) | (0.013) |
| 21-30 ปี | 4.28 | | - | 0.396* | 0.630* | 0.271 |
| | | | | (0.000) | (0.000) | (0.054) |
| 31-40 ปี | 4.22 | | | - | 0.234* | -0.126 |
| | | | | | (0.012) | (0.328) |
| 41-50 ปี | 4.05 | | | | - | -0.360* |
| | | | | | | (0.005) |
| มากกว่า 50 ปี | 4.18 | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านเศรษฐกิจ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 0.036 และ 0.013 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.837 0.441 และ 0.567 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านเศรษฐกิจ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.396 และ 0.630 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านเศรษฐกิจ มากกว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.012 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.234

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านเศรษฐกิจ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.005 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.360

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

ประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.51 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระ โขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|------------------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| การเงิน | Between Groups | (Combined) | 1.229 | 3 | .410 | 2.909 | .034 |
| | | Linear Unweighted Term | .431 | 1 | .431 | 3.061 | .081 |
| | | Weighted Deviation | .203 | 1 | .203 | 1.439 | .231 |
| | | | 1.026 | 2 | .513 | 3.644 | .027 |
| | Within Groups | | 53.650 | 381 | .141 | | |
| Total | | 54.878 | 384 | | | | |
| ทำเลและที่ตั้ง | Between Groups | (Combined) | .034 | 3 | .011 | .044 | .988 |
| | | Linear Unweighted Term | .027 | 1 | .027 | .106 | .745 |
| | | Weighted Deviation | .034 | 1 | .034 | .130 | .718 |
| | | | .000 | 2 | .000 | .000 | 1.000 |
| | Within Groups | | 98.857 | 381 | .259 | | |
| Total | | 98.891 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.51 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| | | | | | | | |
|--------------|---------------|-------------------|---------|-----|-------|--------|------|
| สภาพแวดล้อม | Between | (Combined) | .670 | 3 | .223 | 1.648 | .178 |
| | Groups | Linear Unweighted | .160 | 1 | .160 | 1.178 | .279 |
| | | Term Weighted | .467 | 1 | .467 | 3.442 | .064 |
| | | Deviation | .204 | 2 | .102 | .751 | .473 |
| | Within Groups | | 51.675 | 381 | .136 | | |
| | Total | | 52.345 | 384 | | | |
| ผู้ประกอบการ | Between | (Combined) | 1.725 | 3 | .575 | 3.541 | .015 |
| | Groups | Linear Unweighted | .214 | 1 | .214 | 1.319 | .252 |
| | | Term Weighted | .147 | 1 | .147 | .905 | .342 |
| | | Deviation | 1.578 | 2 | .789 | 4.859 | .008 |
| | Within Groups | | 61.847 | 381 | .162 | | |
| | Total | | 63.571 | 384 | | | |
| การตลาด | Between | (Combined) | 1.276 | 3 | .425 | 2.217 | .086 |
| | Groups | Linear Unweighted | .507 | 1 | .507 | 2.644 | .105 |
| | | Term Weighted | .054 | 1 | .054 | .284 | .594 |
| | | Deviation | 1.221 | 2 | .611 | 3.183 | .043 |
| | Within Groups | | 73.098 | 381 | .192 | | |
| | Total | | 74.373 | 384 | | | |
| รูปแบบ | Between | (Combined) | 3.311 | 3 | 1.104 | 5.714 | .001 |
| | Groups | Linear Unweighted | 2.668 | 1 | 2.668 | 13.812 | .000 |
| | | Term Weighted | 1.214 | 1 | 1.214 | 6.285 | .013 |
| | | Deviation | 2.097 | 2 | 1.049 | 5.428 | .005 |
| | Within Groups | | 73.599 | 381 | .193 | | |
| | Total | | 76.911 | 384 | | | |
| เศรษฐกิจ | Between | (Combined) | 2.293 | 3 | .764 | 1.273 | .283 |
| | Groups | Linear Unweighted | 1.117 | 1 | 1.117 | 1.861 | .173 |
| | | Term Weighted | .564 | 1 | .564 | .940 | .333 |
| | | Deviation | 1.729 | 2 | .864 | 1.440 | .238 |
| | Within Groups | | 228.750 | 381 | .600 | | |
| | Total | | 231.043 | 384 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.52 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | อาชีพ | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|-------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านการเงิน | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 4.13 | 0.633 | 2.909* | 0.034 |
| | ข้าราชการ/พนักงาน- | | | | | |
| | รัฐวิสาหกิจ | 96 | 4.29 | 0.319 | | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 4.20 | 0.351 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 4.31 | 0.377 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 4.18 | 0.635 | 0.044 | 0.988 |
| | ข้าราชการ/พนักงาน- | | | | | |
| | รัฐวิสาหกิจ | 96 | 4.17 | 0.397 | | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 4.16 | 0.548 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 4.15 | 0.502 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 4.13 | 0.534 | 1.648 | 0.178 |
| | ข้าราชการ/พนักงาน- | | | | | |
| | รัฐวิสาหกิจ | 96 | 4.18 | 0.371 | | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 4.09 | 0.304 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 4.07 | 0.412 | | |
| ด้านผู้ประกอบการ | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 4.44 | 0.506 | 3.541* | 0.015 |
| | ข้าราชการ/พนักงาน- | | | | | |
| | รัฐวิสาหกิจ | 96 | 4.49 | 0.387 | | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 4.62 | 0.383 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 4.50 | 0.422 | | |
| ด้านการตลาด | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 4.03 | 0.516 | 2.217 | 0.086 |
| | ข้าราชการ/พนักงาน- | | | | | |
| | รัฐวิสาหกิจ | 96 | 4.25 | 0.375 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา ๗6 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.52 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกที่อยู่อาศัย | อาชีพ | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|----------------------------|-----------------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 4.25 | 0.404 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 4.19 | 0.523 | | |
| ด้านรูปแบบ | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 3.69 | 0.632 | 5.714* | 0.001 |
| | ข้าราชการ/พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ | 96 | 3.33 | 0.378 | | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 3.38 | 0.395 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 3.31 | 0.504 | | |
| | | | | | | |
| ด้านเศรษฐกิจ | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 26 | 4.23 | 0.815 | 1.273 | 0.283 |
| | ข้าราชการ/พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ | 96 | 3.99 | 0.669 | | |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 167 | 4.09 | 0.804 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 96 | 3.96 | 0.810 | | |
| | | | | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภครในด้านการเงิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.54

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.988 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในด้านทำเลและที่ตั้ง ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.178 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.56

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมด้านการตลาด ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.58

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.283 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.53 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามอาชีพ

| Dependent Variable | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|------------------------------|-------------------------|------------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| การเงิน | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.160 | .083 | .055 | -.32 | .00 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.071 | .079 | .367 | -.23 | .08 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.177 | .083 | .033 | -.34 | -.01 |
| ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .160 | .083 | .055 | .00 | .32 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .089 | .048 | .066 | .00 | .18 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.017 | .054 | .749 | -.12 | .09 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | .071 | .079 | .367 | -.08 | .23 |
| | | ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.089 | .048 | .066 | -.18 | .01 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.106 | .048 | .028 | -.20 | -.01 |
| ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | .177 | .083 | .033 | .01 | .34 |
| | | ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .017 | .054 | .749 | -.09 | .12 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .106 | .048 | .028 | .01 | .20 |

ตารางที่ 4.54 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน นักศึกษา นิสิต | ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | |
|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|------------------------|-------------------|--------------------|
| | \bar{X} 4.13 | 4.29 | 4.20 | 4.31 | |
| นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต | 4.13 | - | -0.160 (0.055) | -0.071 (0.367) | -0.177* (0.033) |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.29 | - | 0.089 | -0.017 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.54 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| อาชีพ | นักเรียน นักศึกษา นิสิต | ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | |
|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|------------------------|---------------|---------|
| | \bar{X} | 4.13 | 4.29 | 4.20 | 4.31 |
| | | | | (0.066) | (0.749) |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.20 | | - | -0.106* | (0.028) |
| ธุรกิจส่วนตัว | 4.31 | | | - | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.033 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.177

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.028 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.106

ตารางที่ 4.55 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอาชีพ

| Dependent Variable | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|------------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผู้ประกอบการ | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.050 | .089 | .573 | -.23 | .12 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.181* | .085 | .034 | -.35 | -.01 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.061 | .089 | .496 | -.24 | .11 |
| ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | ผู้ประกอบการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .050 | .089 | .573 | -.12 | .23 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.131* | .052 | .012 | -.23 | -.03 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.010 | .058 | .858 | -.12 | .10 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | ผู้ประกอบการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .181* | .085 | .034 | .01 | .35 |
| | | ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .131* | .052 | .012 | .03 | .23 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .120* | .052 | .020 | .02 | .22 |
| ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน,นักศึกษา,นิสิต | ผู้ประกอบการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .061 | .089 | .496 | -.11 | .24 |
| | | ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .010 | .058 | .858 | -.10 | .12 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.120* | .052 | .020 | -.22 | -.02 |

ตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | \bar{X} | นักเรียน | ข้าราชการ | พนักงาน | ธุรกิจส่วนตัว |
|------------------------------|-----------|-------------------|------------------------|--------------------|-------------------|
| | | นักศึกษา นิสิต | พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | บริษัทเอกชน | |
| | 4.44 | 4.44 | 4.49 | 4.62 | 4.50 |
| นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต | 4.44 | - | -0.050 (0.573) | -0.181* (0.034) | -0.061 (0.496) |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4.49 | | - | -0.131* (0.012) | -0.010 (0.858) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 81 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| อาชีพ | นักเรียน นักศึกษา นิสิต | ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | |
|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|------------------------|---------------|-------------------|
| | \bar{X} | 4.44 | 4.49 | 4.62 | 4.50 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.62 | | | - | 0.120* (0.020) |
| ธุรกิจส่วนตัว | 4.50 | | | - | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.034 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.181

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.012 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.131

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.020 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.120

ตารางที่ 4.57 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอาชีพ

| Dependent Variable | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| รูปแบบ | นักเรียน, นักศึกษา, นิสิต | ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .366* | .097 | .000 | .17 | .56 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | .309* | .093 | .001 | .13 | .49 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .387* | .097 | .000 | .20 | .58 |
| ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ | นักเรียน, นักศึกษา, นิสิต | ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.366* | .097 | .000 | -.56 | -.17 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.057 | .056 | .313 | -.17 | .05 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .021 | .063 | .743 | -.10 | .15 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | นักเรียน, นักศึกษา, นิสิต | นักเรียน, นักศึกษา, นิสิต | -.309* | .093 | .001 | -.49 | -.13 |
| | | ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ | .057 | .056 | .313 | -.05 | .17 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .078 | .056 | .168 | -.03 | .19 |
| ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน, นักศึกษา, นิสิต | นักเรียน, นักศึกษา, นิสิต | -.387* | .097 | .000 | -.58 | -.20 |
| | | ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ | -.021 | .063 | .743 | -.15 | .10 |
| | | พนักงานบริษัทเอกชน | -.078 | .056 | .168 | -.19 | .03 |

ตารางที่ 4.58 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน นักศึกษา นิสิต | ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | |
|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| | \bar{X} | 3.69 | 3.33 | 3.38 | 3.31 |
| นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต | 3.69 | - | 0.366* (0.000) | 0.309* (0.001) | 0.387* (0.000) |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 3.33 | | - | -0.057 (0.313) | 0.021 (0.743) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 83 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.58 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| อาชีพ | นักเรียน นักศึกษา นิสิต | ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | |
|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|------------------------|---------------|------------------|
| | \bar{X} | 3.69 | 3.33 | 3.38 | 3.31 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 3.38 | | | - | 0.078 (0.168) |
| ธุรกิจส่วนตัว | 3.31 | | | - | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนและธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 0.001 และ 0.000 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.366 0.309 และ 0.387 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.59 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| การเงิน | Between Groups | (Combined) | .678 | 6 | .113 | .788 | .580 |
| | | Linear Unweighted | .023 | 1 | .023 | .161 | .689 |
| | | Term Weighted | .081 | 1 | .081 | .565 | .453 |
| | | Deviation | .597 | 5 | .119 | .832 | .527 |
| | Within Groups | | 54.201 | 378 | .143 | | |
| Total | | 54.878 | 384 | | | | |
| ทำเลและที่ตั้ง | Between Groups | (Combined) | .952 | 6 | .159 | .612 | .721 |
| | | Linear Unweighted | .072 | 1 | .072 | .276 | .599 |
| | | Term Weighted | .263 | 1 | .263 | 1.017 | .314 |
| | | Deviation | .688 | 5 | .138 | .531 | .753 |
| | Within Groups | | 97.939 | 378 | .259 | | |
| Total | | 98.891 | 384 | | | | |
| สภาพแวดล้อม | Between Groups | (Combined) | 1.695 | 6 | .282 | 2.108 | .052 |
| | | Linear Unweighted | .576 | 1 | .576 | 4.298 | .039 |
| | | Term Weighted | .969 | 1 | .969 | 7.231 | .007 |
| | | Deviation | .726 | 5 | .145 | 1.083 | .369 |
| | Within Groups | | 50.651 | 378 | .134 | | |
| Total | | 52.345 | 384 | | | | |
| ผู้ประกอบการ | Between Groups | (Combined) | 3.899 | 6 | .650 | 4.116 | .001 |
| | | Linear Unweighted | .086 | 1 | .086 | .545 | .461 |
| | | Term Weighted | .017 | 1 | .017 | .109 | .741 |
| | | Deviation | 3.881 | 5 | .776 | 4.917 | .000 |
| | Within Groups | | 59.673 | 378 | .158 | | |
| Total | | 63.571 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.59 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| | | | | | | | |
|----------|----------------|-------------------|---------|-----|-------|-------|------|
| การตลาด | Between Groups | (Combined) | 3.358 | 6 | .560 | 2.979 | .007 |
| | | Linear Unweighted | .011 | 1 | .011 | .058 | .810 |
| | Term | Weighted | .158 | 1 | .158 | .840 | .360 |
| | | Deviation | 3.200 | 5 | .640 | 3.407 | .005 |
| | Within Groups | | 71.015 | 378 | .188 | | |
| | Total | | 74.373 | 384 | | | |
| รูปแบบ | Between Groups | (Combined) | 4.406 | 6 | .734 | 3.829 | .001 |
| | | Linear Unweighted | 1.810 | 1 | 1.810 | 9.435 | .002 |
| | Term | Weighted | .952 | 1 | .952 | 4.962 | .027 |
| | | Deviation | 3.455 | 5 | .691 | 3.602 | .003 |
| | Within Groups | | 72.505 | 378 | .192 | | |
| | Total | | 76.911 | 384 | | | |
| เศรษฐกิจ | Between Groups | (Combined) | 10.359 | 6 | 1.727 | 2.957 | .008 |
| | | Linear Unweighted | .860 | 1 | .860 | 1.472 | .226 |
| | Term | Weighted | 1.491 | 1 | 1.491 | 2.553 | .111 |
| | | Deviation | 8.869 | 5 | 1.774 | 3.038 | .011 |
| | Within Groups | | 220.684 | 378 | .584 | | |
| | Total | | 231.043 | 384 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | รายได้ต่อเดือน | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านการเงิน | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 4.25 | 0.656 | 0.788 | 0.580 |
| | 10,001-15,000 บาท | 22 | 4.27 | 0.366 | | |
| | 15,001-20,000 บาท | 42 | 4.16 | 0.362 | | |
| | 20,001-25,000 บาท | 82 | 4.21 | 0.383 | | |
| | 25,001-30,000 บาท | 57 | 4.31 | 0.251 | | |
| | 30,001-35,000 บาท | 55 | 4.26 | 0.344 | | |
| | มากกว่า 35,000 บาท | 108 | 4.25 | 0.392 | | |
| | ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 4.12 | | |
| 10,001-15,000 บาท | | 22 | 4.19 | 0.400 | | |
| 15,001-20,000 บาท | | 42 | 4.25 | 0.544 | | |
| 20,001-25,000 บาท | | 82 | 4.19 | 0.474 | | |
| 25,001-30,000 บาท | | 57 | 4.18 | 0.448 | | |
| 30,001-35,000 บาท | | 55 | 4.07 | 0.437 | | |
| มากกว่า 35,000 บาท | | 108 | 4.14 | 0.580 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 4.14 | 0.570 | 2.108 |
| | 10,001-15,000 บาท | 22 | 4.30 | 0.384 | | |
| | 15,001-20,000 บาท | 42 | 4.10 | 0.270 | | |
| | 20,001-25,000 บาท | 82 | 4.14 | 0.355 | | |
| | 25,001-30,000 บาท | 57 | 4.16 | 0.346 | | |
| | 30,001-35,000 บาท | 55 | 4.08 | 0.328 | | |
| | มากกว่า 35,000 บาท | 108 | 4.03 | 0.387 | | |

ตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | รายได้ต่อเดือน | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านผู้ประกอบการ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 4.35 | 0.464 | 4.116* | 0.001 |
| | 10,001-15,000 บาท | 22 | 4.47 | 0.444 | | |
| | 15,001-20,000 บาท | 42 | 4.72 | 0.352 | | |
| | 20,001-25,000 บาท | 82 | 4.61 | 0.335 | | |
| | 25,001-30,000 บาท | 57 | 4.50 | 0.384 | | |
| | 30,001-35,000 บาท | 55 | 4.39 | 0.426 | | |
| | มากกว่า 35,000 บาท | 108 | 4.56 | 0.426 | | |
| | ด้านการตลาด | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 4.04 | | |
| 10,001-15,000 บาท | | 22 | 4.33 | 0.230 | | |
| 15,001-20,000 บาท | | 42 | 4.31 | 0.298 | | |
| 20,001-25,000 บาท | | 82 | 4.30 | 0.387 | | |
| 25,001-30,000 บาท | | 57 | 4.17 | 0.384 | | |
| 30,001-35,000 บาท | | 55 | 4.06 | 0.472 | | |
| มากกว่า 35,000 บาท | | 108 | 4.23 | 0.500 | | |
| ด้านรูปแบบ | | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 3.79 | 0.631 | 3.829* |
| | 10,001-15,000 บาท | 22 | 3.35 | 0.363 | | |
| | 15,001-20,000 บาท | 42 | 3.35 | 0.448 | | |
| | 20,001-25,000 บาท | 82 | 3.35 | 0.461 | | |
| | 25,001-30,000 บาท | 57 | 3.32 | 0.447 | | |
| | 30,001-35,000 บาท | 55 | 3.46 | 0.408 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 88 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | รายได้ต่อเดือน | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|-------------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| | มากกว่า 35,000 บาท | 108 | 3.31 | 0.398 | | |
| ด้านเศรษฐกิจ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 19 | 3.89 | 0.966 | 2.957* | 0.008 |
| | 10,001-15,000 บาท | 22 | 4.30 | 0.480 | | |
| | 15,001-20,000 บาท | 42 | 4.25 | 0.692 | | |
| | 20,001-25,000 บาท | 82 | 4.18 | 0.752 | | |
| | 25,001-30,000 บาท | 57 | 3.81 | 0.828 | | |
| | 30,001-35,000 บาท | 55 | 3.85 | 0.797 | | |
| | มากกว่า 35,000 บาท | 108 | 4.05 | 0.755 | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.580 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.721 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านทำเลและที่ตั้ง ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน

หลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.62

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการตลาด ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.64

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.66

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านเศรษฐกิจ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.68

ตารางที่ 4.61 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| Dependent Variable | (I) รายได้ | (J) รายได้ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|-------------------------------|--------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผู้ประกอบการ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | -.119 | .124 | .340 | -.36 | .13 |
| | | 15,001-20,000 บาท | -.371* | .110 | .001 | -.59 | -.16 |
| | | 20,001-25,000 บาท | -.259* | .101 | .011 | -.46 | -.06 |
| | | 25,001-30,000 บาท | -.152 | .105 | .149 | -.36 | .05 |
| | | 30,001-35,000 บาท | -.043 | .106 | .684 | -.25 | .16 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | -.214* | .099 | .031 | -.41 | -.02 |
| 10,001-15,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | .119 | .124 | .340 | -.13 | .36 |
| | | 15,001-20,000 บาท | -.253* | .105 | .016 | -.46 | -.05 |
| | | 20,001-25,000 บาท | -.140 | .095 | .143 | -.33 | .05 |
| | | 25,001-30,000 บาท | -.033 | .100 | .739 | -.23 | .16 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .076 | .100 | .450 | -.12 | .27 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | -.095 | .093 | .307 | -.28 | .09 |
| 15,001-20,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | .371* | .110 | .001 | .16 | .59 |
| | | 10,001-15,000 บาท | .253* | .105 | .016 | .05 | .46 |
| | | 20,001-25,000 บาท | .112 | .075 | .137 | -.04 | .26 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .219* | .081 | .007 | .06 | .38 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .328* | .081 | .000 | .17 | .49 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .157* | .072 | .030 | .02 | .30 |
| 20,001-25,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | .259* | .101 | .011 | .06 | .46 |
| | | 10,001-15,000 บาท | .140 | .095 | .143 | -.05 | .33 |
| | | 15,001-20,000 บาท | -.112 | .075 | .137 | -.26 | .04 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .107 | .069 | .120 | -.03 | .24 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .216* | .069 | .002 | .08 | .35 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .045 | .058 | .440 | -.07 | .16 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.61 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| | | | | | | |
|--------------------|-------------------------------|-------|------|------|------|------|
| 25,001-30,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .152 | .105 | .149 | -.05 | .36 |
| | 10,001-15,000 บาท | .033 | .100 | .739 | -.16 | .23 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.219 | .081 | .007 | -.38 | -.06 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.107 | .069 | .120 | -.24 | .03 |
| | 30,001-35,000 บาท | .109 | .075 | .148 | -.04 | .26 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | -.062 | .065 | .342 | -.19 | .07 |
| 30,001-35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .043 | .106 | .684 | -.16 | .25 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.076 | .100 | .450 | -.27 | .12 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.328 | .081 | .000 | -.49 | -.17 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.216 | .069 | .002 | -.35 | -.08 |
| | 25,001-30,000 บาท | -.109 | .075 | .148 | -.26 | .04 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | -.171 | .066 | .010 | -.30 | -.04 |
| มากกว่า 35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .214 | .099 | .031 | .02 | .41 |
| | 10,001-15,000 บาท | .095 | .093 | .307 | -.09 | .28 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.157 | .072 | .030 | -.30 | -.02 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.045 | .058 | .440 | -.16 | .07 |
| | 25,001-30,000 บาท | .062 | .065 | .342 | -.07 | .19 |
| | 30,001-35,000 บาท | .171 | .066 | .010 | .04 | .30 |

ตารางที่ 4.62 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือ 10,001- 15,001- 20,001- 25,001- 30,001- มากกว่า
เท่ากับ 10,000 15,000 20,000 25,000 30,000 35,000 35,000

\bar{X} 4.35 4.47 4.72 4.61 4.50 4.39 4.56

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 4.35 - -0.119 -0.371* -0.259* -0.152 -0.043 -0.214*
(0.340) (0.001) (0.011) (0.149) (0.684) (0.031)

10,001-15,000 บาท 4.47 - -0.253* -0.140 -0.033 0.076 -0.095

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.62 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| รายได้ต่อเดือน | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-20,000 | 20,001-25,000 | 25,001-30,000 | 30,001-35,000 | มากกว่า 35,000 |
|--------------------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| \bar{X} | 4.35 | 4.47 | 4.72 | 4.61 | 4.50 | 4.39 | 4.56 |
| | | | (0.016) | (0.143) | (0.739) | (0.450) | (0.307) |
| 15,001-20,000 บาท | 4.72 | | - | 0.112 | 0.219* | 0.328* | 0.157* |
| | | | | (0.137) | (0.007) | (0.000) | (0.030) |
| 20,001-25,000 บาท | 4.61 | | | - | 0.107 | 0.216* | 0.045 |
| | | | | | (0.120) | (0.002) | (0.440) |
| 25,001-30,000 บาท | 4.50 | | | | - | 0.109 | -0.062 |
| | | | | | | (0.148) | (0.342) |
| 30,001-35,000 บาท | 4.39 | | | | | - | -0.171* |
| | | | | | | | (0.010) |
| มากกว่า 35,000 บาท | 4.56 | | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภครายได้ในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.001 0.011 และ 0.031 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.371 0.259 และ 0.214 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภครายได้ในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.016 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.253

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท 30,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.007 0.000 และ 0.030 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.219 0.328 และ 0.157 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.002 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.216

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านผู้ประกอบการ น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.010 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.171

ตารางที่ 4.63 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาดของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| Dependent Variable | (I) รายได้ | (J) รายได้ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| การตลาด | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | -.298 [*] | .136 | .029 | -.57 | -.03 |
| | | 15,001-20,000 บาท | -.274 [*] | .120 | .023 | -.51 | -.04 |
| | | 20,001-25,000 บาท | -.266 [*] | .110 | .017 | -.48 | -.05 |
| | | 25,001-30,000 บาท | -.135 | .115 | .242 | -.36 | .09 |
| | | 30,001-35,000 บาท | -.026 | .115 | .825 | -.25 | .20 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | -.196 | .108 | .069 | -.41 | .02 |
| | 10,001-15,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .298 [*] | .136 | .029 | .03 | .57 |
| | | 15,001-20,000 บาท | .024 | .114 | .835 | -.20 | .25 |
| | | 20,001-25,000 บาท | .033 | .104 | .755 | -.17 | .24 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .164 | .109 | .133 | -.05 | .38 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .273 [*] | .109 | .013 | .06 | .49 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .102 | .101 | .316 | -.10 | .30 |

ตารางที่ 4.63 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย คำนวณการตลาดของที่อยู่อาศัยประเภท
 คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| | | | | | | |
|--------------------|-------------------------------|-------|------|------|------|------|
| 15,001-20,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .274 | .120 | .023 | .04 | .51 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.024 | .114 | .835 | -.25 | .20 |
| | 20,001-25,000 บาท | .009 | .082 | .916 | -.15 | .17 |
| | 25,001-30,000 บาท | .140 | .088 | .113 | -.03 | .31 |
| | 30,001-35,000 บาท | .249 | .089 | .005 | .07 | .42 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | .078 | .079 | .323 | -.08 | .23 |
| 20,001-25,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .266 | .110 | .017 | .05 | .48 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.033 | .104 | .755 | -.24 | .17 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.009 | .082 | .916 | -.17 | .15 |
| | 25,001-30,000 บาท | .131 | .075 | .080 | -.02 | .28 |
| | 30,001-35,000 บาท | .240 | .076 | .002 | .09 | .39 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | .069 | .063 | .276 | -.06 | .19 |
| 25,001-30,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .135 | .115 | .242 | -.09 | .36 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.164 | .109 | .133 | -.38 | .05 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.140 | .088 | .113 | -.31 | .03 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.131 | .075 | .080 | -.28 | .02 |
| | 30,001-35,000 บาท | .109 | .082 | .184 | -.05 | .27 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | -.062 | .071 | .384 | -.20 | .08 |
| 30,001-35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .026 | .115 | .825 | -.20 | .25 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.273 | .109 | .013 | -.49 | -.06 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.249 | .089 | .005 | -.42 | -.07 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.240 | .076 | .002 | -.39 | -.09 |
| | 25,001-30,000 บาท | -.109 | .082 | .184 | -.27 | .05 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | -.171 | .072 | .018 | -.31 | -.03 |
| มากกว่า 35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .196 | .108 | .069 | -.02 | .41 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.102 | .101 | .316 | -.30 | .10 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.078 | .079 | .323 | -.23 | .08 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.069 | .063 | .276 | -.19 | .06 |
| | 25,001-30,000 บาท | .062 | .071 | .384 | -.08 | .20 |
| | 30,001-35,000 บาท | .171 | .072 | .018 | .03 | .31 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 95 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.64 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการตลาดของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 | 10,001- 15,000 | 15,001- 20,000 | 20,001- 25,000 | 25,001- 30,000 | 30,001- 35,000 | มากกว่า 35,000 | |
|-------------------------------|---------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------|
| \bar{X} | 4.04 | 4.33 | 4.31 | 4.30 | 4.17 | 4.06 | 4.23 | |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 4.04 | - | -0.298* | -0.274* | -0.266* | -0.135 | -0.026 | -0.196 |
| | | (0.029) | (0.023) | (0.017) | (0.242) | (0.825) | (0.069) | |
| 10,001-15,000 บาท | 4.33 | - | 0.024 | 0.033 | 0.164 | 0.273* | 0.102 | |
| | | | (0.835) | (0.755) | (0.133) | (0.013) | (0.316) | |
| 15,001-20,000 บาท | 4.31 | - | - | 0.009 | 0.140 | 0.249* | 0.078 | |
| | | | | (0.916) | (0.113) | (0.005) | (0.323) | |
| 20,001-25,000 บาท | 4.30 | - | - | - | 0.131 | 0.240* | 0.069 | |
| | | | | | (0.080) | (0.002) | (0.276) | |
| 25,001-30,000 บาท | 4.17 | - | - | - | - | 0.109 | -0.062 | |
| | | | | | | (0.184) | (0.384) | |
| 30,001-35,000 บาท | 4.06 | - | - | - | - | - | -0.171* | |
| | | | | | | | (0.018) | |
| มากกว่า 35,000 บาท | 4.23 | - | - | - | - | - | - | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.64 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านการตลาด น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และ20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.029 0.023และ0.017 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.298 0.274 และ0.266 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการตลาด มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.013 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.273

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการตลาด มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.005 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.249

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการตลาด มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.002 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.240

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการตลาด น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.018 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.171

ตารางที่ 4.65 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| Dependent Variable | (I) รายได้ | (J) รายได้ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|-------------------|-------------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------------------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | | | | | รูปแบบ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท |
| | | 15,001-20,000 บาท | .440* | .121 | .000 | .20 | .68 |
| | | 20,001-25,000 บาท | .444* | .112 | .000 | .22 | .66 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .474* | .116 | .000 | .25 | .70 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .329* | .117 | .005 | .10 | .56 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .478* | .109 | .000 | .26 | .69 |
| | 10,001-15,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -.441* | .137 | .001 | -.71 | -.17 |
| | | 15,001-20,000 บาท | .000 | .115 | .995 | -.23 | .23 |
| | | 20,001-25,000 บาท | .003 | .105 | .978 | -.20 | .21 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .033 | .110 | .766 | -.18 | .25 |
| | | 30,001-35,000 บาท | -.112 | .110 | .311 | -.33 | .11 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .037 | .102 | .720 | -.16 | .24 |
| | 15,001-20,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -.440* | .121 | .000 | -.68 | -.20 |
| | | 10,001-15,000 บาท | .001 | .115 | .995 | -.23 | .23 |
| | | 20,001-25,000 บาท | -.004 | .083 | .965 | -.16 | .17 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .033 | .089 | .708 | -.14 | .21 |
| | | 30,001-35,000 บาท | -.111 | .090 | .215 | -.29 | .07 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .037 | .080 | .638 | -.12 | .19 |
| | 20,001-25,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -.444* | .112 | .000 | -.66 | -.22 |
| | | 10,001-15,000 บาท | -.003 | .105 | .978 | -.21 | .20 |
| | | 15,001-20,000 บาท | -.004 | .083 | .965 | -.17 | .16 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .030 | .076 | .694 | -.12 | .18 |
| | | 30,001-35,000 บาท | -.115 | .076 | .132 | -.27 | .04 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .034 | .064 | .599 | -.09 | .16 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 98 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.65 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| | | | | | | |
|--------------------|-------------------------------|--------|------|------|------|------|
| 25,001-30,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -.474* | .116 | .000 | -.70 | -.25 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.033 | .110 | .766 | -.25 | .18 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.033 | .089 | .708 | -.21 | .14 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.030 | .076 | .694 | -.18 | .12 |
| | 30,001-35,000 บาท | -.145 | .083 | .081 | -.31 | .02 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | .004 | .072 | .955 | -.14 | .15 |
| 30,001-35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -.329* | .117 | .005 | -.56 | -.10 |
| | 10,001-15,000 บาท | .112 | .110 | .311 | -.11 | .33 |
| | 15,001-20,000 บาท | .111 | .090 | .215 | -.07 | .29 |
| | 20,001-25,000 บาท | .115 | .076 | .132 | -.04 | .27 |
| | 25,001-30,000 บาท | .145 | .083 | .081 | -.02 | .31 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | .149* | .073 | .041 | .01 | .29 |
| มากกว่า 35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -.478* | .109 | .000 | -.69 | -.26 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.037 | .102 | .720 | -.24 | .16 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.037 | .080 | .638 | -.19 | .12 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.034 | .064 | .599 | -.16 | .09 |
| | 25,001-30,000 บาท | -.004 | .072 | .955 | -.15 | .14 |
| | 30,001-35,000 บาท | -.149* | .073 | .041 | -.29 | .00 |

ตารางที่ 4.66 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือ 10,001- 15,001- 20,001- 25,001- 30,001- มากกว่า
เท่ากับ 10,000 15,000 20,000 25,000 30,000 35,000 35,000

\bar{X} 3.79 3.35 3.35 3.35 3.32 3.46 3.31

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 3.79 - 0.441* 0.440* 0.444* 0.474* 0.329* 0.478*
(0.001) (0.000) (0.000) (0.000) (0.005) (0.000)

10,001-15,000 บาท 3.35 - 0.000 0.003 0.033 -0.112 0.037

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 99 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.66 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านรูปแบบของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| รายได้ต่อเดือน | ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 | 10,001- 15,000 | 15,001- 20,000 | 20,001- 25,000 | 25,001- 30,000 | 30,001- 35,000 | มากกว่า 35,000 |
|--------------------|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| \bar{X} | 3.79 | 3.35 | 3.35 | 3.35 | 3.32 | 3.46 | 3.31 |
| | | | (0.995) | (0.978) | (0.766) | (0.311) | (0.720) |
| 15,001-20,000 บาท | 3.35 | | - | 0.004 | 0.033 | -0.111 | 0.037 |
| | | | | (0.965) | (0.708) | (0.215) | (0.638) |
| 20,001-25,000 บาท | 3.35 | | | - | 0.030 | -0.115 | 0.034 |
| | | | | | (0.694) | (0.132) | (0.599) |
| 25,001-30,000 บาท | 3.32 | | | | | -0.145 | 0.004 |
| | | | | | | (0.081) | (0.955) |
| 30,001-35,000 บาท | 3.46 | | | | | | -0.149* |
| | | | | | | | (0.041) |
| มากกว่า 35,000 บาท | 3.31 | | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.66 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านรูปแบบ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท 30,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.001 0.000 0.000 0.000 0.005 และ 0.000 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.441 0.440 0.444 0.474 0.329 และ 0.478 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการตลาด มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.041 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.149

ตารางที่ 4.67 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคราย โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| Dependent Variable | (I) รายได้ | (J) รายได้ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|-------------------------------|--------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| เศรษฐกิจ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | -.401 | .239 | .095 | -.87 | .07 |
| | | 15,001-20,000 บาท | -.355 | .211 | .093 | -.77 | .06 |
| | | 20,001-25,000 บาท | -.288 | .195 | .139 | -.67 | .09 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .088 | .202 | .665 | -.31 | .49 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .040 | .203 | .843 | -.36 | .44 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | -.156 | .190 | .412 | -.53 | .22 |
| 10,001-15,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | .401 | .239 | .095 | -.07 | .87 |
| | | 15,001-20,000 บาท | .045 | .201 | .821 | -.35 | .44 |
| | | 20,001-25,000 บาท | .113 | .183 | .540 | -.25 | .47 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .488 | .192 | .011 | .11 | .87 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .441 | .193 | .023 | .06 | .82 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .245 | .179 | .172 | -.11 | .60 |
| 15,001-20,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | .355 | .211 | .093 | -.06 | .77 |
| | | 10,001-15,000 บาท | -.045 | .201 | .821 | -.44 | .35 |
| | | 20,001-25,000 บาท | .067 | .145 | .644 | -.22 | .35 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .443 | .155 | .005 | .14 | .75 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .395 | .157 | .012 | .09 | .70 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .199 | .139 | .153 | -.07 | .47 |
| 20,001-25,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-15,000 บาท | .288 | .195 | .139 | -.09 | .67 |
| | | 10,001-15,000 บาท | -.113 | .183 | .540 | -.47 | .25 |
| | | 15,001-20,000 บาท | -.067 | .145 | .644 | -.35 | .22 |
| | | 25,001-30,000 บาท | .376 | .132 | .005 | .12 | .63 |
| | | 30,001-35,000 บาท | .328 | .133 | .014 | .07 | .59 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | .132 | .112 | .239 | -.09 | .35 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 101 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.67 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท
 คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| | | | | | | |
|--------------------|-------------------------------|-------|------|------|------|------|
| 25,001-30,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -0.88 | .202 | .665 | -.49 | .31 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.488 | .192 | .011 | -.87 | -.11 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.443 | .155 | .005 | -.75 | -.14 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.376 | .132 | .005 | -.63 | -.12 |
| | 30,001-35,000 บาท | -.048 | .144 | .742 | -.33 | .24 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | -.244 | .125 | .052 | -.49 | .00 |
| 30,001-35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | -.040 | .203 | .843 | -.44 | .36 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.441 | .193 | .023 | -.82 | -.06 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.395 | .157 | .012 | -.70 | -.09 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.328 | .133 | .014 | -.59 | -.07 |
| | 25,001-30,000 บาท | .048 | .144 | .742 | -.24 | .33 |
| | มากกว่า 35,000 บาท | -.196 | .127 | .122 | -.45 | .05 |
| มากกว่า 35,000 บาท | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | .156 | .190 | .412 | -.22 | .53 |
| | 10,001-15,000 บาท | -.245 | .179 | .172 | -.60 | .11 |
| | 15,001-20,000 บาท | -.199 | .139 | .153 | -.47 | .07 |
| | 20,001-25,000 บาท | -.132 | .112 | .239 | -.35 | .09 |
| | 25,001-30,000 บาท | .244 | .125 | .052 | .00 | .49 |
| | 30,001-35,000 บาท | .196 | .127 | .122 | -.05 | .45 |

ตารางที่ 4.68 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท
 คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือ 10,001- 15,001- 20,001- 25,001- 30,001- มากกว่า
 เท่ากับ 10,000 15,000 20,000 25,000 30,000 35,000 35,000

\bar{X} 3.89 4.30 4.25 4.18 3.81 3.85 4.05

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3.89 - -0.401 -0.355 -0.288 0.088 0.040 -0.156

10,000 บาท (0.095) (0.093) (0.139) (0.665) (0.843) (0.412)

10,001-15,000 บาท 4.30 - 0.045 0.113 0.488* 0.441* 0.245

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 102 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.68 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

| รายได้ต่อเดือน | ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 | 10,001- 15,000 | 15,001- 20,000 | 20,001- 25,000 | 25,001- 30,000 | 30,001- 35,000 | มากกว่า 35,000 |
|--------------------|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| \bar{X} | 3.89 | 4.30 | 4.25 | 4.18 | 3.81 | 3.85 | 4.05 |
| | | | (0.821) | (0.540) | (0.011) | (0.023) | (0.172) |
| 15,001-20,000 บาท | 4.25 | | - | 0.067 | 0.443* | 0.395* | 0.199 |
| | | | | (0.644) | (0.005) | (0.012) | (0.153) |
| 20,001-25,000 บาท | 4.18 | | | - | 0.376* | 0.328* | 0.132 |
| | | | | | (0.005) | (0.014) | (0.239) |
| 25,001-30,000 บาท | 3.81 | | | | | -0.048 | -0.244 |
| | | | | | | (0.742) | (0.052) |
| 30,001-35,000 บาท | 3.85 | | | | | | -0.196 |
| | | | | | | | (0.122) |
| มากกว่า 35,000 บาท | 4.05 | | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริ โภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านเศรษฐกิจ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท และ30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.011 และ0.023 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.488 0 และ0.441 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริ โภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านเศรษฐกิจ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท และ30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.005 และ0.012 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.443 และ0.395 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 103 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านเศรษฐกิจ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.005 และ 0.014 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.376 และ 0.328 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน
ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.69 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-------------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| การเงิน | Between Groups | (Combined) | .050 | 2 | .025 | .175 | .840 |
| | | Linear Unweighted | .008 | 1 | .008 | .056 | .813 |
| | | Term Weighted | .024 | 1 | .024 | .168 | .682 |
| | | Deviation | .026 | 1 | .026 | .182 | .670 |
| | Within Groups | | 54.828 | 382 | .144 | | |
| Total | | 54.878 | 384 | | | | |
| ทำเลและที่ตั้ง | Between Groups | (Combined) | .402 | 2 | .201 | .779 | .460 |
| | | Linear Unweighted | .118 | 1 | .118 | .458 | .499 |
| | | Term Weighted | .257 | 1 | .257 | .997 | .319 |
| | | Deviation | .145 | 1 | .145 | .562 | .454 |
| | Within Groups | | 98.489 | 382 | .258 | | |
| Total | | 98.891 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 104 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.69 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

| | | | | | | | |
|--------------|---------------|-------------------|---------|-----|-------|--------|------|
| สภาพแวดล้อม | Between | (Combined) | 1.384 | 2 | .692 | 5.188 | .006 |
| | Groups | Linear Unweighted | 1.017 | 1 | 1.017 | 7.627 | .006 |
| | | Term Weighted | .543 | 1 | .543 | 4.068 | .044 |
| | | Deviation | .841 | 1 | .841 | 6.308 | .012 |
| | Within Groups | | 50.961 | 382 | .133 | | |
| Total | | 52.345 | 384 | | | | |
| ผู้ประกอบการ | Between | (Combined) | 1.759 | 2 | .880 | 5.436 | .005 |
| | Groups | Linear Unweighted | 1.757 | 1 | 1.757 | 10.856 | .001 |
| | | Term Weighted | 1.590 | 1 | 1.590 | 9.826 | .002 |
| | | Deviation | .169 | 1 | .169 | 1.045 | .307 |
| | Within Groups | | 61.812 | 382 | .162 | | |
| Total | | 63.571 | 384 | | | | |
| การตลาด | Between | (Combined) | .056 | 2 | .028 | .143 | .866 |
| | Groups | Linear Unweighted | .018 | 1 | .018 | .091 | .763 |
| | | Term Weighted | .037 | 1 | .037 | .190 | .663 |
| | | Deviation | .019 | 1 | .019 | .097 | .756 |
| | Within Groups | | 74.318 | 382 | .195 | | |
| Total | | 74.373 | 384 | | | | |
| รูปแบบ | Between | (Combined) | 1.013 | 2 | .507 | 2.550 | .079 |
| | Groups | Linear Unweighted | .029 | 1 | .029 | .144 | .704 |
| | | Term Weighted | .034 | 1 | .034 | .172 | .679 |
| | | Deviation | .979 | 1 | .979 | 4.928 | .027 |
| | Within Groups | | 75.898 | 382 | .199 | | |
| Total | | 76.911 | 384 | | | | |
| เศรษฐกิจ | Between | (Combined) | .179 | 2 | .089 | .148 | .862 |
| | Groups | Linear Unweighted | .102 | 1 | .102 | .168 | .682 |
| | | Term Weighted | .041 | 1 | .041 | .068 | .794 |
| | | Deviation | .138 | 1 | .138 | .228 | .633 |
| | Within Groups | | 230.864 | 382 | .604 | | |
| Total | | 231.043 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 105 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.70 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | ระดับการศึกษา | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านการเงิน | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 4.24 | 0.514 | 0.175 | 0.840 |
| | ปริญญาตรี | 226 | 4.23 | 0.341 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 4.26 | 0.389 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 4.15 | 0.552 | 0.779 | 0.460 |
| | ปริญญาตรี | 226 | 4.14 | 0.488 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 4.21 | 0.529 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 4.27 | 0.468 | 5.188* | 0.006 |
| | ปริญญาตรี | 226 | 4.08 | 0.342 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 4.10 | 0.365 | | |
| ด้านผู้ประกอบการ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 4.38 | 0.458 | 5.436* | 0.005 |
| | ปริญญาตรี | 226 | 4.54 | 0.392 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 4.61 | 0.399 | | |
| ด้านการตลาด | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 4.22 | 0.471 | 0.143 | 0.866 |
| | ปริญญาตรี | 226 | 4.23 | 0.397 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 4.20 | 0.507 | | |
| ด้านรูปแบบ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 3.29 | 0.525 | 2.550 | 0.079 |
| | ปริญญาตรี | 226 | 3.41 | 0.423 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 3.32 | 0.455 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 106 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.70 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของผู้อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | ระดับการศึกษา | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านเศรษฐกิจ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 45 | 4.10 | 0.728 | 0.148 | 0.862 |
| | ปริญญาตรี | 226 | 4.03 | 0.780 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 114 | 4.04 | 0.791 | | |

จากตารางที่ 4.70 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของผู้อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.840 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.460 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านทำเลและที่ตั้ง ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.72

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 107 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.74

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.866 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการตลาด ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.079 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.862 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.71 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

| Dependent Variable | (I) ระดับการศึกษา | (J) ระดับการศึกษา | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| สภาพแวดล้อม | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | ปริญญาตรี | .190 [*] | .060 | .002 | .07 | .31 |
| | | สูงกว่า ปริญญาตรี | .178 [*] | .064 | .006 | .05 | .30 |
| | ปริญญาตรี | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | -.190 [*] | .060 | .002 | -.31 | -.07 |
| | | สูงกว่า ปริญญาตรี | -.012 | .042 | .767 | -.09 | .07 |
| | สูงกว่า ปริญญาตรี | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | -.178 [*] | .064 | .006 | -.30 | -.05 |
| | | ปริญญาตรี | .012 | .042 | .767 | -.07 | .09 |

ตารางที่ 4.72 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ต่ำกว่า | | สูงกว่า | |
|------------------|-----------|-----------|-------------------|-------------------|
| | ปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาตรี | |
| | \bar{X} | 4.27 | 4.08 | 4.10 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4.27 | - | 0.190* (0.002) | 0.178* (0.006) |
| ปริญญาตรี | 4.08 | - | - | -0.012 (0.767) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 4.10 | - | - | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.72 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านสภาพแวดล้อม มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.002 และ 0.006 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.190 และ 0.178 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.73 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

| Dependent Variable | (I) ระดับการศึกษา | (J) ระดับการศึกษา | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผู้ประกอบการ | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -.162* | .066 | .014 | -.29 | -.03 |
| | | สูงกว่า ปริญญาตรี | -.233* | .071 | .001 | -.37 | -.09 |
| ปริญญาตรี | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | สูงกว่า ปริญญาตรี | .162* | .066 | .014 | .03 | .29 |
| | | สูงกว่า ปริญญาตรี | -.071 | .046 | .124 | -.16 | .02 |
| สูงกว่า ปริญญาตรี | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | ปริญญาตรี | .233* | .071 | .001 | .09 | .37 |
| | | ปริญญาตรี | .071 | .046 | .124 | -.02 | .16 |

ตารางที่ 4.74 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่า ปริญญาตรี |
|------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| \bar{X} | 4.38 | 4.54 | 4.61 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4.38 | -0.162* (0.014) | -0.233* (0.001) |
| ปริญญาตรี | 4.54 | - | -0.071 (0.124) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 4.61 | - | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.74 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า ปริญญาตรี มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริ โภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านสภาพแวดล้อม มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีและสูงกว่า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริญญาคตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.014 และ 0.001 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.162 และ 0.233 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.75 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|------------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| การเงิน | Between Groups | (Combined) | .631 | 2 | .316 | 2.223 | .110 |
| | | Linear Unweighted Term | .318 | 1 | .318 | 2.241 | .135 |
| | | Weighted Deviation | .622 | 1 | .622 | 4.379 | .037 |
| | | | .009 | 1 | .009 | .066 | .798 |
| | Within Groups | | 54.247 | 382 | .142 | | |
| Total | | 54.878 | 384 | | | | |
| ทำเลและที่ตั้ง | Between Groups | (Combined) | .583 | 2 | .292 | 1.134 | .323 |
| | | Linear Unweighted Term | .020 | 1 | .020 | .077 | .782 |
| | | Weighted Deviation | .326 | 1 | .326 | 1.267 | .261 |
| | | | .257 | 1 | .257 | 1.000 | .318 |
| | Within Groups | | 98.307 | 382 | .257 | | |
| Total | | 98.891 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.75 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของผู้อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภครายบุคคล โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

| | | | | | | | |
|--------------|---------|-------------------|---------|-----|-------|-------|------|
| สภาพแวดล้อม | Between | (Combined) | .415 | 2 | .207 | 1.526 | .219 |
| | Groups | Linear Unweighted | .382 | 1 | .382 | 2.812 | .094 |
| | | Term Weighted | .359 | 1 | .359 | 2.644 | .105 |
| | | Deviation | .056 | 1 | .056 | .409 | .523 |
| | | Within Groups | 51.930 | 382 | .136 | | |
| | Total | 52.345 | 384 | | | | |
| ผู้ประกอบการ | Between | (Combined) | .605 | 2 | .302 | 1.834 | .161 |
| | Groups | Linear Unweighted | .498 | 1 | .498 | 3.021 | .083 |
| | | Term Weighted | .574 | 1 | .574 | 3.485 | .063 |
| | | Deviation | .030 | 1 | .030 | .184 | .668 |
| | | Within Groups | 62.966 | 382 | .165 | | |
| | Total | 63.571 | 384 | | | | |
| การตลาด | Between | (Combined) | .090 | 2 | .045 | .230 | .794 |
| | Groups | Linear Unweighted | .082 | 1 | .082 | .421 | .517 |
| | | Term Weighted | .078 | 1 | .078 | .403 | .526 |
| | | Deviation | .011 | 1 | .011 | .058 | .810 |
| | | Within Groups | 74.284 | 382 | .194 | | |
| | Total | 74.373 | 384 | | | | |
| รูปแบบ | Between | (Combined) | .352 | 2 | .176 | .879 | .416 |
| | Groups | Linear Unweighted | .022 | 1 | .022 | .107 | .743 |
| | | Term Weighted | .219 | 1 | .219 | 1.094 | .296 |
| | | Deviation | .133 | 1 | .133 | .664 | .416 |
| | | Within Groups | 76.558 | 382 | .200 | | |
| | Total | 76.911 | 384 | | | | |
| เศรษฐกิจ | Between | (Combined) | 3.297 | 2 | 1.649 | 2.765 | .064 |
| | Groups | Linear Unweighted | .432 | 1 | .432 | .725 | .395 |
| | | Term Weighted | 2.422 | 1 | 2.422 | 4.063 | .045 |
| | | Deviation | .875 | 1 | .875 | 1.468 | .226 |
| | | Within Groups | 227.745 | 382 | .596 | | |
| | Total | 231.043 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 112 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.76 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | สถานภาพสมรส | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|-------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านการเงิน | โสด | 126 | 4.19 | 0.447 | 2.223 | 0.110 |
| | สมรส | 237 | 4.27 | 0.331 | | |
| | แยกกันอยู่ | 22 | 4.32 | 0.405 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | โสด | 126 | 4.21 | 0.564 | 1.134 | 0.323 |
| | สมรส | 237 | 4.13 | 0.476 | | |
| | แยกกันอยู่ | 22 | 4.18 | 0.495 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | โสด | 126 | 4.14 | 0.387 | 1.526 | 0.219 |
| | สมรส | 237 | 4.10 | 0.339 | | |
| | แยกกันอยู่ | 22 | 4.00 | 0.535 | | |
| ด้านผู้ประกอบการ | โสด | 126 | 4.59 | 0.401 | 1.834 | 0.161 |
| | สมรส | 237 | 4.53 | 0.393 | | |
| | แยกกันอยู่ | 22 | 4.42 | 0.556 | | |
| ด้านการตลาด | โสด | 126 | 4.23 | 0.453 | 0.230 | 0.794 |
| | สมรส | 237 | 4.21 | 0.443 | | |
| | แยกกันอยู่ | 22 | 4.17 | 0.337 | | |
| ด้านรูปแบบ | โสด | 126 | 3.41 | 0.463 | 0.879 | 0.416 |
| | สมรส | 237 | 3.35 | 0.421 | | |
| | แยกกันอยู่ | 22 | 3.38 | 0.620 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.76 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | สถานภาพสมรส | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|-------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านเศรษฐกิจ | โสด | 126 | 4.17 | 0.728 | 2.765 | 0.064 |
| | สมรส | 237 | 3.97 | 0.801 | | |
| | แยกกันอยู่ | 22 | 4.02 | 0.698 | | |

จากตารางที่ 4.76 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.323 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านทำเลและที่ตั้งไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.219 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อมไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.161 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.794 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 114 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(H₀) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ด้านการตลาดไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.416 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบไม่ต่างกัน ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.064 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ด้านเศรษฐกิจไม่ต่างกัน ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 7 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H₀ : ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

H₁ : ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.77 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---------|---------------|-------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| การเงิน | Between | (Combined) | 1.383 | 3 | .461 | 3.284 | .021 |
| | Groups | Linear Unweighted | .001 | 1 | .001 | .009 | .925 |
| | | Term Weighted | 1.055 | 1 | 1.055 | 7.511 | .006 |
| | | Deviation | .329 | 2 | .164 | 1.171 | .311 |
| | Within Groups | | 53.495 | 381 | .140 | | |
| Total | | 54.878 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 115 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.77 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของผู้อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในประเวศและ
พระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว (ต่อ)

| | | | | | | | |
|----------------|---------|-------------------|--------|-----|-------|--------|------|
| ทำเลและที่ตั้ง | Between | (Combined) | 1.266 | 3 | .422 | 1.647 | .178 |
| | Groups | Linear Unweighted | .309 | 1 | .309 | 1.207 | .273 |
| | | Term Weighted | .862 | 1 | .862 | 3.362 | .067 |
| | | Deviation | .405 | 2 | .202 | .790 | .455 |
| | | Within Groups | 97.624 | 381 | .256 | | |
| | Total | 98.891 | 384 | | | | |
| สภาพแวดล้อม | Between | (Combined) | .610 | 3 | .203 | 1.498 | .215 |
| | Groups | Linear Unweighted | .284 | 1 | .284 | 2.094 | .149 |
| | | Term Weighted | .012 | 1 | .012 | .091 | .763 |
| | | Deviation | .598 | 2 | .299 | 2.201 | .112 |
| | | Within Groups | 51.735 | 381 | .136 | | |
| | Total | 52.345 | 384 | | | | |
| ผู้ประกอบการ | Between | (Combined) | 4.941 | 3 | 1.647 | 10.702 | .000 |
| | Groups | Linear Unweighted | .550 | 1 | .550 | 3.573 | .059 |
| | | Term Weighted | 3.947 | 1 | 3.947 | 25.647 | .000 |
| | | Deviation | .994 | 2 | .497 | 3.230 | .041 |
| | | Within Groups | 58.630 | 381 | .154 | | |
| | Total | 63.571 | 384 | | | | |
| การตลาด | Between | (Combined) | .832 | 3 | .277 | 1.437 | .232 |
| | Groups | Linear Unweighted | .129 | 1 | .129 | .666 | .415 |
| | | Term Weighted | .653 | 1 | .653 | 3.384 | .067 |
| | | Deviation | .179 | 2 | .089 | .463 | .629 |
| | | Within Groups | 73.541 | 381 | .193 | | |
| | Total | 74.373 | 384 | | | | |
| รูปแบบ | Between | (Combined) | 1.117 | 3 | .372 | 1.872 | .134 |
| | Groups | Linear Unweighted | .638 | 1 | .638 | 3.209 | .074 |
| | | Term Weighted | .374 | 1 | .374 | 1.880 | .171 |
| | | Deviation | .744 | 2 | .372 | 1.869 | .156 |
| | | Within Groups | 75.793 | 381 | .199 | | |
| | Total | 76.911 | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 116 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.77 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในประเภทและ
พระ โขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว (ต่อ)

| | | | | | | | |
|----------|---------------|-------------------|---------|-----|--------|--------|------|
| เศรษฐกิจ | Between | (Combined) | 29.001 | 3 | 9.667 | 18.230 | .000 |
| | Groups | Linear Unweighted | 5.350 | 1 | 5.350 | 10.089 | .002 |
| | | Term Weighted | 28.236 | 1 | 28.236 | 53.246 | .000 |
| | | Deviation | .765 | 2 | .383 | .722 | .487 |
| | Within Groups | | 202.041 | 381 | .530 | | |
| Total | | 231.043 | 384 | | | | |

ตารางที่ 4.78 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมในประเภทและพระ โขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | จำนวนสมาชิก ในครอบครัว | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|---------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านการเงิน | 1-2 คน | 122 | 4.32 | 0.323 | 3.284* | 0.021 |
| | 3-4 คน | 220 | 4.22 | 0.377 | | |
| | 5-6 คน | 39 | 4.12 | 0.493 | | |
| | มากกว่า 6 คน | 4 | 4.33 | 0.385 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | 1-2 คน | 122 | 4.08 | 0.417 | 1.647 | 0.178 |
| | 3-4 คน | 220 | 4.20 | 0.549 | | |
| | 5-6 คน | 39 | 4.17 | 0.520 | | |
| | มากกว่า 6 คน | 4 | 4.38 | 0.323 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | 1-2 คน | 122 | 4.12 | 0.386 | 1.498 | 0.215 |
| | 3-4 คน | 220 | 4.11 | 0.344 | | |
| | 5-6 คน | 39 | 4.03 | 0.431 | | |
| | มากกว่า 6 คน | 4 | 4.42 | 0.500 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.78 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในประเภทและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | จำนวนสมาชิก ในครอบครัว | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|---------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านผู้ประกอบการ | 1-2 คน | 122 | 4.38 | 0.361 | 10.702* | 0.000 |
| | 3-4 คน | 220 | 4.61 | 0.409 | | |
| | 5-6 คน | 39 | 4.63 | 0.396 | | |
| | มากกว่า 6 คน | 4 | 4.75 | 0.319 | | |
| ด้านการตลาด | 1-2 คน | 122 | 4.15 | 0.446 | 1.437 | 0.232 |
| | 3-4 คน | 220 | 4.25 | 0.454 | | |
| | 5-6 คน | 39 | 4.25 | 0.313 | | |
| | มากกว่า 6 คน | 4 | 4.33 | 0.471 | | |
| ด้านรูปแบบ | 1-2 คน | 122 | 3.32 | 0.375 | 1.872 | 0.134 |
| | 3-4 คน | 220 | 3.40 | 0.449 | | |
| | 5-6 คน | 39 | 3.33 | 0.535 | | |
| | มากกว่า 6 คน | 4 | 3.75 | 1.134 | | |
| ด้านเศรษฐกิจ | 1-2 คน | 122 | 3.67 | 0.823 | 18.230* | 0.000 |
| | 3-4 คน | 220 | 4.16 | 0.720 | | |
| | 5-6 คน | 39 | 4.47 | 0.413 | | |
| | มากกว่า 6 คน | 4 | 4.75 | 0.289 | | |

จากตารางที่ 4.78 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.80

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.178 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านทำเลและที่ตั้ง ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.215 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.82

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.232 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการตลาด ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 1199 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านเศรษฐกิจ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.84

ตารางที่ 4.79 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| Dependent Variable | (I) สมาชิกในครอบครัว | (J) สมาชิกในครอบครัว | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| การเงิน | 1-2 คน | 3-4 คน | .094 [*] | .042 | .027 | .01 | .18 |
| | | 5-6 คน | .197 [*] | .069 | .004 | .06 | .33 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.016 | .190 | .931 | -.39 | .36 |
| | 3-4 คน | 1-2 คน | -.094 [*] | .042 | .027 | -.18 | -.01 |
| | | 5-6 คน | .103 | .065 | .114 | -.02 | .23 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.111 | .189 | .559 | -.48 | .26 |
| | 5-6 คน | 1-2 คน | -.197 [*] | .069 | .004 | -.33 | -.06 |
| | | 3-4 คน | -.103 | .065 | .114 | -.23 | .02 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.214 | .197 | .278 | -.60 | .17 |
| | มากกว่า 6 คน | 1-2 คน | .016 | .190 | .931 | -.36 | .39 |
| | | 3-4 คน | .111 | .189 | .559 | -.26 | .48 |
| | | 5-6 คน | .214 | .197 | .278 | -.17 | .60 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 120 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.81 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครวม โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| Dependent Variable | (I) สมาชิกในครอบครัว | (J) สมาชิกในครอบครัว | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผู้ประกอบการ | 1-2 คน | 3-4 คน | -.237 [*] | .044 | .000 | -.32 | -.15 |
| | | 5-6 คน | -.255 [*] | .072 | .000 | -.40 | -.11 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.373 | .199 | .062 | -.76 | .02 |
| | 3-4 คน | 1-2 คน | .237 [*] | .044 | .000 | .15 | .32 |
| | | 5-6 คน | -.019 | .068 | .782 | -.15 | .12 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.136 | .198 | .491 | -.53 | .25 |
| | 5-6 คน | 1-2 คน | .255 [*] | .072 | .000 | .11 | .40 |
| | | 3-4 คน | .019 | .068 | .782 | -.12 | .15 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.118 | .206 | .569 | -.52 | .29 |
| | มากกว่า 6 คน | 1-2 คน | .373 | .199 | .062 | -.02 | .76 |
| | | 3-4 คน | .136 | .198 | .491 | -.25 | .53 |
| | | 5-6 คน | .118 | .206 | .569 | -.29 | .52 |

ตารางที่ 4.82 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครวม โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | | 1-2 คน | 3-4 คน | 5-6 คน | มากกว่า 6 คน |
|-----------------------|-----------|--------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------|
| | \bar{X} | 4.38 | 4.61 | 4.63 | 4.75 |
| 1-2 คน | 4.38 | - | -0.237 [*] (0.000) | -0.255 [*] (0.000) | -0.373 (0.062) |
| 3-4 คน | 4.61 | | - | -0.019 (0.782) | -0.136 (0.491) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 122 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.80 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | 1-2 คน | 3-4 คน | 5-6 คน | มากกว่า 6 คน |
|-----------------------|--------|---------------------|-------------------|-------------------|
| \bar{X} | 3.69 | 3.33 | 3.38 | 3.31 |
| 1-2 คน | 3.69 | - 0.094* (0.027) | 0.197* (0.004) | -0.016 (0.000) |
| 3-4 คน | 3.33 | - | 0.103 (0.114) | -0.111 (0.559) |
| 5-6 คน | 3.38 | | - | -0.214 (0.278) |
| มากกว่า 6 คน | 3.31 | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.80 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านการเงิน มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน และ 5-6 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.027 และ 0.004 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.094 และ 0.197 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.82 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านผู้ประกอบการของที่อยู่อาศัยประเภท
 คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว
 (ต่อ)

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | 1-2 คน | 3-4 คน | 5-6 คน | มากกว่า 6 คน |
|-----------------------|--------|--------|---------|--------------|
| \bar{X} | 4.38 | 4.61 | 4.63 | 4.75 |
| 5-6 คน | 4.63 | | - | -0.118 |
| | | | (0.569) | |
| มากกว่า 6 คน | 4.75 | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.82 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว
 1-2 คน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง
 ด้านผู้ประกอบการ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน และ 5-6 คน
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ และมี
 ผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.237 และ 0.255 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.83 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| Dependent Variable | (I) สมาชิกในครอบครัว | (J) สมาชิกในครอบครัว | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|--------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| เศรษฐกิจ | 1-2 คน | 3-4 คน | -.487 [*] | .082 | .000 | -.65 | -.33 |
| | | 5-6 คน | -.802 [*] | .134 | .000 | -1.07 | -.54 |
| | | มากกว่า 6 คน | -1.078 [*] | .370 | .004 | -1.81 | -.35 |
| | 3-4 คน | 1-2 คน | .487 [*] | .082 | .000 | .33 | .65 |
| | | 5-6 คน | -.315 [*] | .127 | .013 | -.56 | -.07 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.591 | .367 | .109 | -1.31 | .13 |
| | 5-6 คน | 1-2 คน | .802 [*] | .134 | .000 | .54 | 1.07 |
| | | 3-4 คน | .315 [*] | .127 | .013 | .07 | .56 |
| | | มากกว่า 6 คน | -.276 | .382 | .471 | -1.03 | .48 |
| | มากกว่า 6 คน | 1-2 คน | 1.078 [*] | .370 | .004 | .35 | 1.81 |
| | | 3-4 คน | .591 | .367 | .109 | -.13 | 1.31 |
| | | 5-6 คน | .276 | .382 | .471 | -.48 | 1.03 |

ตารางที่ 4.84 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | 1-2 คน | 3-4 คน | 5-6 คน | มากกว่า 6 คน |
|-----------------------|--------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| \bar{X} | 3.67 | 4.16 | 4.47 | 4.75 |
| 1-2 คน | 3.67 | -0.487 [*] (0.000) | -0.802 [*] (0.000) | -1.078 [*] (0.004) |
| 3-4 คน | 4.16 | - | -0.315 [*] (0.013) | -0.591 (0.109) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 124 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.84 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว (ต่อ)

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | 1-2 คน | 3-4 คน | 5-6 คน | มากกว่า 6 คน | |
|-----------------------|-----------|--------|--------|-------------------|------|
| | \bar{X} | 3.67 | 4.16 | 4.47 | 4.75 |
| 5-6 คน | 4.47 | | - | -0.276 (0.471) | |
| มากกว่า 6 คน | 4.75 | | | - | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.84 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริ โภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านเศรษฐกิจ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน 5-6 คน และมากกว่า 6 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 0.000 และ 0.004 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.487 0.802 และ 1.078 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริ โภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านเศรษฐกิจ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.013 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.315

สมมติฐานข้อที่ 8 ผู้บริ โภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริ โภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

H₁ : ผู้บริโภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.85 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| การเงิน | Between Groups | (Combined) | 1.440 | 3 | .480 | 3.423 | .017 |
| | | Linear Unweighted | 1.175 | 1 | 1.175 | 8.375 | .004 |
| | | Term Weighted | .448 | 1 | .448 | 3.193 | .075 |
| | | Deviation | .993 | 2 | .496 | 3.538 | .030 |
| | Within Groups | | 53.438 | 381 | .140 | | |
| | Total | | 54.878 | 384 | | | |
| ทำเลและที่ตั้ง | Between Groups | (Combined) | .644 | 3 | .215 | .833 | .476 |
| | | Linear Unweighted | .345 | 1 | .345 | 1.337 | .248 |
| | | Term Weighted | .102 | 1 | .102 | .397 | .529 |
| | | Deviation | .542 | 2 | .271 | 1.051 | .351 |
| | Within Groups | | 98.246 | 381 | .258 | | |
| | Total | | 98.891 | 384 | | | |
| สภาพแวดล้อม | Between Groups | (Combined) | 1.740 | 3 | .580 | 4.368 | .005 |
| | | Linear Unweighted | .845 | 1 | .845 | 6.360 | .012 |
| | | Term Weighted | .486 | 1 | .486 | 3.655 | .057 |
| | | Deviation | 1.255 | 2 | .627 | 4.724 | .009 |
| | Within Groups | | 50.605 | 381 | .133 | | |
| | Total | | 52.345 | 384 | | | |
| ผู้ประกอบการ | Between Groups | (Combined) | .277 | 3 | .092 | .555 | .645 |
| | | Linear Unweighted | .228 | 1 | .228 | 1.371 | .242 |
| | | Term Weighted | .102 | 1 | .102 | .616 | .433 |
| | | Deviation | .174 | 2 | .087 | .525 | .592 |
| | Within Groups | | 63.294 | 381 | .166 | | |
| | Total | | 63.571 | 384 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 126 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.85 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

| | | | | | | | |
|----------|----------------|-------------------|---------|-----|-------|-------|------|
| การตลาด | Between Groups | (Combined) | .046 | 3 | .015 | .079 | .971 |
| | | Linear Unweighted | .002 | 1 | .002 | .011 | .915 |
| | | Term Weighted | .001 | 1 | .001 | .004 | .947 |
| | | Deviation | .045 | 2 | .023 | .116 | .890 |
| | Within Groups | | 74.327 | 381 | .195 | | |
| Total | | 74.373 | 384 | | | | |
| รูปแบบ | Between Groups | (Combined) | 1.419 | 3 | .473 | 2.387 | .069 |
| | | Linear Unweighted | 1.028 | 1 | 1.028 | 5.188 | .023 |
| | | Term Weighted | .428 | 1 | .428 | 2.158 | .143 |
| | | Deviation | .991 | 2 | .496 | 2.501 | .083 |
| | Within Groups | | 75.492 | 381 | .198 | | |
| Total | | 76.911 | 384 | | | | |
| เศรษฐกิจ | Between Groups | (Combined) | 6.274 | 3 | 2.091 | 3.545 | .015 |
| | | Linear Unweighted | .137 | 1 | .137 | .232 | .630 |
| | | Term Weighted | .724 | 1 | .724 | 1.228 | .269 |
| | | Deviation | 5.549 | 2 | 2.775 | 4.703 | .010 |
| | Within Groups | | 224.769 | 381 | .590 | | |
| Total | | 231.043 | 384 | | | | |

ตารางที่ 4.86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|---------------------------------|----|-----------|-------|---------|--------|
| ด้านการเงิน | ห้องเช่า | 31 | 4.44 | 0.303 | 3.423* | 0.017 |
| | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 4.24 | 0.367 | | |
| | คอนโดมิเนียม | 91 | 4.19 | 0.348 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 127 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|---------------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| | บ้าน | 198 | 4.24 | 0.398 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | ห้องเช่า | 31 | 4.26 | 0.385 | 0.833 | 0.476 |
| | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 4.18 | 0.462 | | |
| | คอนโดมิเนียม | 91 | 4.10 | 0.534 | | |
| | บ้าน | 198 | 4.17 | 0.526 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | ห้องเช่า | 31 | 4.30 | 0.326 | 4.368* | 0.005 |
| | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 4.05 | 0.372 | | |
| | คอนโดมิเนียม | 91 | 4.15 | 0.342 | | |
| | บ้าน | 198 | 4.08 | 0.377 | | |
| ด้านผู้ประกอบการ | ห้องเช่า | 31 | 4.45 | 0.339 | 0.555 | 0.645 |
| | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 4.55 | 0.409 | | |
| | คอนโดมิเนียม | 91 | 4.55 | 0.363 | | |
| | บ้าน | 198 | 4.55 | 0.435 | | |
| ด้านการตลาด | ห้องเช่า | 31 | 4.23 | 0.526 | 0.079 | 0.971 |
| | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 4.22 | 0.442 | | |
| | คอนโดมิเนียม | 91 | 4.20 | 0.487 | | |
| | บ้าน | 198 | 4.22 | 0.404 | | |
| ด้านรูปแบบ | ห้องเช่า | 31 | 3.54 | 0.428 | 2.387 | 0.069 |
| | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 3.40 | 0.430 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 128 อังอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | n | \bar{X} | S.D. | F-ratio | F-prob |
|--------------------------------|---------------------------------|-----|-----------|-------|---------|--------|
| | คอนโดมิเนียม | 91 | 3.30 | 0.335 | | |
| | บ้าน | 198 | 3.37 | 0.448 | | |
| ด้านเศรษฐกิจ | ห้องเช่า | 31 | 3.95 | 0.830 | 3.545* | 0.015 |
| | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 65 | 4.13 | 0.681 | | |
| | คอนโดมิเนียม | 91 | 3.83 | 0.870 | | |
| | บ้าน | 198 | 4.13 | 0.735 | | |

จากตารางที่ 4.86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระ โขนงของผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.88

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระ โขนงของผู้บริโภคในด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.476 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านทำเลและที่ตั้ง ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระ โขนงของผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในด้านสภาพแวดล้อม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 129 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.90

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.645 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.971 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการตลาด ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.069 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนงของผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านเศรษฐกิจ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.92

ตารางที่ 4.87 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| Dependent Variable | (I) ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | (J) ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| การเงิน | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์, อพาร์ทเมนต์ | .205 [*] | .082 | .013 | .04 | .37 |
| | | คอนโดมิเนียม | .247 [*] | .078 | .002 | .09 | .40 |
| | | บ้าน | .203 [*] | .072 | .005 | .06 | .35 |
| ทาวเฮาส์, อพาร์ทเมนต์ | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์, อพาร์ทเมนต์ | -.205 [*] | .082 | .013 | -.37 | -.04 |
| | | คอนโดมิเนียม | .042 | .061 | .493 | -.08 | .16 |
| | | บ้าน | -.001 | .054 | .978 | -.11 | .10 |
| คอนโดมิเนียม | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์, อพาร์ทเมนต์ | -.247 [*] | .078 | .002 | -.40 | -.09 |
| | | ทาวเฮาส์, อพาร์ทเมนต์ | -.042 | .061 | .493 | -.16 | .08 |
| | | บ้าน | -.043 | .047 | .363 | -.14 | .05 |
| บ้าน | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์, อพาร์ทเมนต์ | -.203 [*] | .072 | .005 | -.35 | -.06 |
| | | ทาวเฮาส์, อพาร์ทเมนต์ | .001 | .054 | .978 | -.10 | .11 |
| | | คอนโดมิเนียม | .043 | .047 | .363 | -.05 | .14 |

ตารางที่ 4.88 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ห้องเช่า ทาวเฮาส์/ คอนโดมิเนียม บ้าน
 อพาร์ทเมนต์

| | \bar{X} | 4.44 | 4.24 | 4.19 | 4.24 |
|----------------------|-----------|------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| ห้องเช่า | 4.44 | - | 0.205 [*] (0.013) | 0.247 [*] (0.002) | 0.203 [*] (0.005) |
| ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ | 4.24 | | - | 0.042 (0.493) | -0.001 (0.978) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 131จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.88 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านการเงินของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

| ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์/ อพาร์ทเมนต์ | คอนโดมิเนียม | บ้าน | |
|------------------------------|-----------|--------------------------|--------------|------|---------|
| | \bar{X} | 4.44 | 4.24 | 4.19 | 4.24 |
| คอนโดมิเนียม | | | | | 4.19 |
| | | | | | - |
| | | | | | -0.043 |
| | | | | | (0.363) |
| บ้าน | | | | | 4.24 |
| | | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.88 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นห้องเช่า มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระโขนง ด้านการเงิน มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็น ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม และบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.013 0.002 และ 0.005 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.205 0.247 และ 0.203 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.89 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายหนึ่ง โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| Dependent Variable | (I) ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | (J) ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| สภาพแวดล้อม ห้องเช่า | | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | .255* | .080 | .001 | .10 | .41 |
| | | คอนโดมิเนียม | .147 | .076 | .053 | .00 | .30 |
| | | บ้าน | .220* | .070 | .002 | .08 | .36 |
| ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | | ห้องเช่า | -.255* | .080 | .001 | -.41 | -.10 |
| | | คอนโดมิเนียม | -.108 | .059 | .070 | -.22 | .01 |
| | | บ้าน | -.035 | .052 | .506 | -.14 | .07 |
| คอนโดมิเนียม | | ห้องเช่า | -.147 | .076 | .053 | -.30 | .00 |
| | | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | .108 | .059 | .070 | .00 | .22 |
| | | บ้าน | .073 | .046 | .114 | -.02 | .16 |
| บ้าน | | ห้องเช่า | -.220* | .070 | .002 | -.36 | -.08 |
| | | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | .035 | .052 | .506 | -.07 | .14 |
| | | คอนโดมิเนียม | -.073 | .046 | .114 | -.16 | .02 |

ตารางที่ 4.90 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครายหนึ่ง โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ห้องเช่า ทาวเฮาส์/ คอนโดมิเนียม บ้าน
 อพาร์ทเมนท์

| | \bar{X} | | | | |
|----------------------|-----------|------|---------|---------|---------|
| | 4.30 | 4.05 | 4.15 | 4.08 | |
| ห้องเช่า | 4.30 | - | 0.255* | 0.147 | 0.220* |
| | | | (0.001) | (0.053) | (0.002) |
| ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | 4.05 | - | -0.108 | -0.035 | |
| | | | (0.070) | (0.506) | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.90 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

| ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์/ อพาร์ทเมนต์ | คอนโดมิเนียม | บ้าน | |
|------------------------------|-----------|--------------------------|--------------|------------------|------|
| | \bar{X} | 4.30 | 4.05 | 4.15 | 4.08 |
| คอนโดมิเนียม | 4.15 | | - | 0.073 (0.114) | |
| บ้าน | 4.08 | | | - | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.90 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นห้องเช่า มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านสภาพแวดล้อม มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็น ทาวเฮาส์/ อพาร์ทเมนต์ และบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.001 และ 0.002 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.255 และ 0.220 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.91 แสดง Output การเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| Dependent Variable | (I) ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | (J) ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| เศรษฐกิจ | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | -.179 | .168 | .286 | -.51 | .15 |
| | | คอนโดมิเนียม | .122 | .160 | .446 | -.19 | .44 |
| | | บ้าน | -.175 | .148 | .240 | -.47 | .12 |
| ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | ห้องเช่า | คอนโดมิเนียม | .301* | .125 | .016 | .06 | .55 |
| | | บ้าน | .005 | .110 | .967 | -.21 | .22 |
| | | เศรษฐกิจ | .179 | .168 | .286 | -.15 | .51 |
| คอนโดมิเนียม | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | -.301* | .125 | .016 | -.55 | -.06 |
| | | บ้าน | -.297* | .097 | .002 | -.49 | -.11 |
| | | เศรษฐกิจ | -.122 | .160 | .446 | -.44 | .19 |
| บ้าน | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | -.005 | .110 | .967 | -.22 | .21 |
| | | คอนโดมิเนียม | .297* | .097 | .002 | .11 | .49 |
| | | เศรษฐกิจ | .175 | .148 | .240 | -.12 | .47 |

ตารางที่ 4.92 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | | | | |
|------------------------------|------------------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | คอนโดมิเนียม | บ้าน | |
| | \bar{X} | 3.95 | 4.13 | 3.83 | 4.13 |
| ห้องเช่า | 3.95 | - | -0.179 (0.286) | 0.122 (0.446) | -0.175 (0.240) |
| ทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ | 4.13 | | - | 0.301* (0.016) | 0.005 (0.967) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 135 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.92 แสดงการเปรียบเทียบการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระ โขนง ของผู้บริ โภค โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | ห้องเช่า | ทาวเฮาส์/ อพาร์ทเมนท์ | คอนโดมิเนียม | บ้าน | |
|------------------------------|-----------|--------------------------|--------------|------|---------|
| | \bar{X} | 3.95 | 4.13 | 3.83 | 4.13 |
| คอนโดมิเนียม | | | | | |
| | 3.83 | | - | | -0.297* |
| | | | | | (0.002) |
| บ้าน | | | | | |
| | 4.13 | | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.92 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นทาวเฮาส์/อพาร์ทเมนท์ มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริ โภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านเศรษฐกิจ มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.016 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.301

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นคอนโดมิเนียม มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริ โภคในเขตประเวศและเขตพระ โขนง ด้านเศรษฐกิจ น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.002 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.297

สมมติฐานข้อที่ 9 ผู้บริ โภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริ โภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ไม่ต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_1 : ผู้บริโภครที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

ตารางที่ 4.93 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเทศและพระโขนงของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|----------------|-----------------------------|---|------|------------------------------|---------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|-------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| การเงิน | Equal variances assumed | .767 | .382 | -.988 | 383 | .324 | -.042 | .042 | -.124 | .041 |
| | Equal variances not assumed | | | 1.015 | 229.113 | .311 | -.042 | .041 | -.122 | .039 |
| ทำเลและที่ตั้ง | Equal variances assumed | .376 | .540 | .552 | 383 | .581 | .031 | .057 | -.080 | .142 |
| | Equal variances not assumed | | | .566 | 228.065 | .572 | .031 | .055 | -.077 | .140 |
| สภาพแวดล้อม | Equal variances assumed | .534 | .465 | .094 | 383 | .925 | .004 | .041 | -.077 | .085 |
| | Equal variances not assumed | | | .092 | 205.117 | .927 | .004 | .042 | -.079 | .087 |
| ผู้ประกอบการ | Equal variances assumed | .211 | .646 | 1.185 | 383 | .237 | .054 | .045 | -.035 | .143 |
| | Equal variances not assumed | | | 1.164 | 206.648 | .246 | .054 | .046 | -.037 | .145 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 137 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.93 แสดง Output ของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------------------------|------|------|-------|---------|------|-------|------|-------|-------|
| การตลาด | Equal variances assumed | .683 | .409 | 1.010 | 383 | .313 | .049 | .049 | -.047 | .146 |
| | Equal variances not assumed | | | 1.002 | 211.289 | .318 | .049 | .049 | -.048 | .147 |
| รูปแบบ | Equal variances assumed | .332 | .565 | 3.375 | 383 | .001 | -.166 | .049 | -.263 | -.069 |
| | Equal variances not assumed | | | 3.432 | 223.666 | .001 | -.166 | .048 | -.261 | -.071 |
| เศรษฐกิจ | Equal variances assumed | .625 | .430 | -.512 | 383 | .609 | -.044 | .086 | -.214 | .126 |
| | Equal variances not assumed | | | -.509 | 212.457 | .611 | -.044 | .087 | -.216 | .127 |

ตารางที่ 4.94 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภคร โดยจำแนกตามสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | n | \bar{X} | S.D. | t | P |
|--------------------------------|--|-----|-----------|-------|--------|-------|
| ด้านการเงิน | เป็นเจ้าของ | 270 | 4.23 | 0.385 | -0.988 | 0.324 |
| | ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 4.27 | 0.360 | | |
| ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | เป็นเจ้าของ | 270 | 4.17 | 0.517 | 0.552 | 0.581 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.94 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

| ปัจจัยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย | สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน | n | \bar{X} | S.D. | t | P |
|--------------------------------|--|-----|-----------|-------|---------|-------|
| | ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 4.14 | 0.486 | | |
| ด้านสภาพแวดล้อม | เป็นเจ้าของ | 270 | 4.11 | 0.364 | 0.094 | 0.925 |
| | ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 4.11 | 0.384 | | |
| ด้านผู้ประกอบการ | เป็นเจ้าของ | 270 | 4.56 | 0.401 | 1.185 | 0.237 |
| | ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 4.50 | 0.420 | | |
| ด้านการตลาด | เป็นเจ้าของ | 270 | 4.23 | 0.437 | 1.010 | 0.313 |
| | ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 4.18 | 0.446 | | |
| ด้านรูปแบบ | เป็นเจ้าของ | 270 | 3.32 | 0.447 | -3.375* | 0.001 |
| | ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 3.49 | 0.429 | | |
| ด้านเศรษฐกิจ | เป็นเจ้าของ | 270 | 4.03 | 0.773 | -0.512 | 0.609 |
| | ไม่ได้เป็นเจ้าของ | 115 | 4.07 | 0.784 | | |

จากตารางที่ 4.94 แสดงการทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 139 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านการเงิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.324 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านการเงิน ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่า Probability เท่ากับ 0.581 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านทำเลและที่ตั้ง ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านสภาพแวดล้อม มีค่า Probability เท่ากับ 0.925 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านสภาพแวดล้อม ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านผู้ประกอบการ มีค่า Probability เท่ากับ 0.237 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านผู้ประกอบการ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านการตลาด มีค่า Probability เท่ากับ 0.313 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านการตลาด ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านรูปแบบ มีค่า Probability เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านรูปแบบ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบมากกว่าผู้บริโภครที่ไม่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของ ผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจ มีค่า Probability เท่ากับ 0.609 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.95 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|--|----------------------------------|
| สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน | |
| มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน | |
| มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน

มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน

- | | |
|-----------------------|----------------------------------|
| 1. ด้านการเงิน | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 141 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.95 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|--|----------------------------------|
| 5. ด้านการตลาด | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน | |
| มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน | |
| มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน | |
| มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 142 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.95 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|---|----------------------------------|
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| สมมติฐานข้อที่ 7 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| สมมติฐานข้อที่ 8 ผู้บริโภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |

ตารางที่ 4.95 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|--|----------------------------------|
| สมมติฐานข้อที่ 9 ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ต่างกัน | |
| 1. ด้านการเงิน | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 2. ด้านทำเลและที่ตั้ง | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 3. ด้านสภาพแวดล้อม | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 4. ด้านผู้ประกอบการ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 5. ด้านการตลาด | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 6. ด้านรูปแบบ | สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |
| 7. ด้านเศรษฐกิจ | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ |

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขต
ประเวศและพระโขนง ของผู้บริโภครวม เพื่อให้ผู้ที่สนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็น
แนวทาง หรือเป็นตัวเลือก สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียม เพื่อเข้าถึงผู้บริโภครวมอย่างมี
ประสิทธิภาพ

5.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. ศึกษาถึงการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค
ในด้านการเงิน ทำเลและที่ตั้ง สภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการ การตลาด รูปแบบ และเศรษฐกิจ
2. ศึกษาเปรียบเทียบ ด้านการเงิน ทำเลและที่ตั้ง สภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการ การตลาด รูปแบบ
และเศรษฐกิจ จากการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
ประกอบไป ด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกใน
ครอบครัว ประเภท ของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

5.2 สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม
ต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม
ต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมต่างกัน
7. ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท
คอนโดมิเนียมต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 1455 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ผู้บริโภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมต่างกัน
9. ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

5.3 วิธีการดำเนินการวิจัย

5.3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

5.3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงที่อยู่อาศัยหรือทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง

5.3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เนื่องจากจำนวนประชากร (N) มีขนาดใหญ่ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 385 คน

5.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยคำถามทั้งหมดแบ่งได้เป็น แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบปลายปิด (Closed-ended response question) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน คำถามมีทั้งหมด 9 ข้อ มีคำถามเป็นแบบมีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous question) จำนวน 2 ข้อ (ข้อ 1 และข้อ 9) และเป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) โดยให้เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 7 ข้อ (ข้อ 2 – 8)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบคอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบ Likert Scale โดยจะใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) มี 5 ระดับ

5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง ตามสำนักงานขายต่างๆ ของคอน โคมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง โดยนำแบบสอบถามไปเป็นจำนวน 385 ชุด และเริ่มเก็บข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน 2552
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือพิมพ์ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เพื่อให้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัย

5.6 การจัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

5.6.1 การจัดการข้อมูล

5.6.1.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบใช้ กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น จากวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค ทั้ง 7 ด้านดังนี้

- ด้านการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.707
- ด้านทำเลและที่ตั้ง มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.688
- ด้านสภาพแวดล้อม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.702
- ด้านผู้ประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.694
- ด้านการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.699
- ด้านรูปแบบ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.708
- ด้านเศรษฐกิจ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.683

5.6.1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

5.6.1.3 การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาทำการบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน

5.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.6.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการวิเคราะห์ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.6.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของเพศกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ Independent Sample t-test

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของอายุกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของอาชีพกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือนกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษากับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรสกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 7 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 1488 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับ การการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 8 ผู้บริโภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน กับ การการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 9 ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างของสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน กับ การการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ Independent Sample t-test

5.7 สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

5.7.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 41-50 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่บ้าน ในฐานะเจ้าของที่อยู่อาศัย

5.7.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค

ผลการศึกษา การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค จำนวน 385 คน โดยพิจารณาทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านผู้ประกอบการ ด้านการตลาด ด้านรูปแบบ และด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

ด้านการเงินของการเลือกซื้อโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านการเงินในระดับมากที่สุด คือ ให้ความสำคัญด้านราคาคอนโดมิเนียม และอยู่ในระดับมาก คือ มีความคิดเห็นว่าราคาคอนโดมิเนียมในท้องตลาดสูงเกินจริง และจะกู้เงินจากสถาบันการเงินที่เป็นพันธมิตรกับเจ้าของโครงการ

ด้านทำเลและที่ตั้งของการเลือกซื้อโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านทำเลและที่ตั้งในระดับมากที่สุด คือ ต้องการคอนโดมิเนียมใกล้กับที่

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ด้านผู้ประกอบการ และด้านรูปแบบ ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ ส่วนด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด และด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ ด้านการตลาด ด้านรูปแบบ และด้านเศรษฐกิจ ต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการเงิน ด้านทำเลและที่ตั้ง และด้านสภาพแวดล้อม ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียม ด้านผู้ประกอบการ และด้านสภาพแวดล้อม ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการเงิน ด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านการตลาด ด้านรูปแบบ และด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านผู้ประกอบการ ด้าน รูปแบบ ด้านการตลาด และด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 7 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อ ที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการเลือก ซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ ต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด และด้าน รูปแบบ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 8 ผู้บริโภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการ เลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 151 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านการเงิน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านผู้ประกอบการ ด้านการตลาด และด้านรูปแบบ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 9 ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ด้านรูปแบบ ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการเงิน ด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านผู้ประกอบการ ด้านการตลาด และด้านเศรษฐกิจ ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.9 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัย เรื่อง การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศ และพระโขนงของผู้บริโภค มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปรายผลดังนี้

5.9.1 อภิปรายผลเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 41-50 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่บ้าน ในฐานะเจ้าของที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลาง ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ของ ธีรรัตน์ ใจเที่ยง (2551) ที่กล่าวว่า ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีเพศชายกับเพศหญิงสัดส่วนใกล้เคียงกัน ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ภูมิลำเนาเดิมมาจากต่างจังหวัด ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นตัวเอง จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-4 คน โดยระยะทางระหว่างที่ทำงานถึงบ้าน 5-10 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 16-30 นาที

5.9.2 อภิปรายผลเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในด้านการเงิน ด้านทำเลและที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านผู้ประกอบการ ด้านการตลาด ด้านรูปแบบ และด้านเศรษฐกิจ

ด้านการเงินของการเลือกซื้อโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านการเงินในระดับมากที่สุด คือ ให้ความสำคัญด้านราคาคอนโดมิเนียม และอยู่ในระดับมาก คือ มีความคิดเห็นว่าราคาคอนโดมิเนียมในท้องตลาดสูงเกินจริง และจะกู้เงินจากสถาบันการเงินที่เป็นพันธมิตรกับเจ้าของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกสรรเป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการเช่าเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญูตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 152 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัดสินใจซื้อของผู้ที่จะซื้อที่อยู่อาศัย ; กรณีศึกษาโครงการบ้านสถาพร บ้านภัสสร 3 และบ้านพฤษภา 12 ของ ทศฉนิ นิลมงคล (2546) ที่กล่าวว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่สำคัญที่สุดของผู้ที่จะซื้อคือปัจจัยทางด้านการเงิน ซึ่งผู้ที่จะซื้อจะมีประเด็นพิจารณา คือ เรื่องของราคาขายที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพส่วนแหล่งที่มาของเงินที่จะใช้ในการซื้อคือ ใช้เงินออมในการชำระเงินค่างวด และใช้รายได้ ประจำทั้งของตัวเองและคู่สมรสในการผ่อนชำระกับสถาบันทางการเงิน

ด้านทำเลและที่ตั้งของการเลือกซื้อ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านทำเลและที่ตั้งในระดับมากที่สุด คือ ต้องการคอนโดมิเนียมใกล้กับที่ทำงาน และ ใกล้กับรถไฟฟ้า และอยู่ในระดับมาก คือ ต้องการคอนโดมิเนียมติดกับถนนสาธารณะและใกล้กับศูนย์การค้า/โรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องความต้องการอาคารชุดพักอาศัยในเขตดินแดงและห้วยขวาง ของ สายหยุด เกิดสวัสดิ์ (2546) ที่กล่าวว่า ผู้พักอาศัยอาคารชุดมีพฤติกรรมและความต้องการที่จะเลือกอาคารที่อยู่ใกล้สถานที่ทำงาน เดินทางสะดวก และสอดคล้องกับผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์ห้องชุดพักอาศัย; กรณีศึกษา อาคารชุดพักอาศัยในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ของ อารี งามศิริอุดม (2548) ที่กล่าวว่า กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อราคาห้องชุดพักอาศัย รองลงมาคือปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและการเข้าถึง ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปรได้แก่ ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า BTS ระยะห่างจากศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ระยะห่างจากสวนสาธารณะ

ด้านสภาพแวดล้อมของการเลือกซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านสภาพแวดล้อมในระดับที่มากที่สุด คือ ต้องการความปลอดภัยสูงต่อชีวิตและทรัพย์สิน และต้องการสภาพแวดล้อมร่มรื่นเป็นธรรมชาติ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ต้องการมีกิจกรรมส่วนกลางมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกของผู้ที่อยู่อาศัยระหว่างบ้านเดี่ยวชั้นเดียว และ บ้านเดี่ยวสองชั้น; กรณีศึกษาหมู่บ้านวรารักษ์ รังสิต คลอง 3 และหมู่บ้านวางภูต รังสิต คลอง 4 จังหวัดปทุมธานี ของ ธนิษฐา จันทร์วัฒนพงษ์ (2548) ที่กล่าวว่า ปัจจัยในการเลือกบ้านเดี่ยวชั้นเดียวหรือบ้านเดี่ยวสองชั้น ขึ้นอยู่กับโครงสร้างครอบครัวที่มีผู้สูงอายุเป็นสำคัญ รองลงมาคือการวางแผนของผู้อยู่อาศัยเมื่ออายุมากขึ้นปัจจัยสำคัญอยู่ที่สภาพแวดล้อมและความปลอดภัย ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการทำโครงการบ้านชั้นเดียวจะต้องเตรียมการในเรื่องสภาพแวดล้อม ผังโครงการ ผังบ้าน ที่ให้ความรู้สึกลปลอดภัย และเป็นธรรมชาติ รวมทั้งรูปแบบบ้านที่ช่วยลดความร้อนภายในบ้านในช่วงเวลากลางวัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลาง ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ของ ธิดารัตน์ ใจเที่ยง (2551) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่พิจารณาถ้าแยกตามหัวข้อพบว่า 1.) การมีสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นธรรมชาติ ไม่มีมลภาวะและเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานอุตสาหกรรมน้อย 2.)

ต้องการมาตรฐานความปลอดภัย เช่น ยามรักษาความปลอดภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 153 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผู้ประกอบการของการเลือกซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านผู้ประกอบการในระดับที่มากที่สุด คือ มีความชำนาญและประสบการณ์ในการก่อสร้าง มีเทคนิคที่ดีและเทคโนโลยีทันสมัยในการก่อสร้าง และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ที่จะซื้อที่อยู่อาศัย ; กรณีศึกษาโครงการบ้านสภาพร บ้านภัสสร 3 และบ้านพฤกษา 12 ของ ทศณี นิลมงคล (2546) ที่กล่าวว่าปัจจัยรองลงมาที่ผู้ที่จะซื้อให้ความสำคัญคือปัจจัยทางด้านผู้ประกอบการ โดยจะ พิจารณาเรื่องเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ โดยดูจากมี การดำเนินงานมานานและมีผลงานเป็นที่ปรากฏและความเป็นเจ้าตลาดในทำเล

ด้านการตลาดของการเลือกซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านการตลาดในระดับที่มากที่สุด คือ นโยบายหลังการขายมีผลต่อการซื้อและอยู่ในระดับมาก คือ โปรโมชันต่างๆของโครงการมีผลต่อการซื้อ และโฆษณาที่มีผลต่อการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารการตลาดของธุรกิจคอนโดมิเนียม ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ของ พรพง ลภรัตน์ภรณ์ (2550) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การขายโดยบุคคล รองลงมาคือ การตลาดทางตรง การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร และอันดับสุดท้ายคือ การโฆษณา

ด้านรูปแบบของการเลือกซื้อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านรูปแบบในระดับที่มากที่สุด คือ คอนโดมิเนียมสไตลิสต์เป็นที่นิยม และคอนโดมิเนียม 1 ห้องนอนเป็นที่นิยม และอยู่ในระดับปานกลาง คือ พื้นที่ใช้สอยเหมาะสมกับราคา ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมกาซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ราคาไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท ในรัศมี 2 กิโลเมตร ตามแนวรถไฟฟ้า 4 สาย ทั้งที่เปิดให้บริการแล้วและส่วนต่อขยายเส้นทางรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างก่อสร้างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ รถไฟฟ้าบีทีเอสสายสีลม-สุขุมวิท, รถไฟฟ้าบีทีเอส ส่วนต่อขยายอ่อนนุช-แบริ่ง, รถไฟฟ้าบีทีเอส ส่วนต่อขยายตากสิน-บางหว้า และรถไฟฟ้าใต้ดินสายหัวลำโพง-บางซื่อ ตั้งแต่เดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2551 ของ ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์(2551) จากผลการสำรวจจะสรุปได้ว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในปัจจุบัน จะให้ความสำคัญในเรื่องของทำเล ราคา และชื่อเสียงของผู้ประกอบการเป็นหลัก โดยห้องชุดขนาด 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ ได้รับความนิยมมากที่สุด

ด้านเศรษฐกิจของการเลือกซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคมีการเลือกซื้อด้านเศรษฐกิจในระดับที่มากที่สุด คือ เศรษฐกิจมีผลต่อการกำลังซื้อ และวิกฤตเศรษฐกิจช่วงนี้มีผลต่อการกำลังซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่ อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร หลังวิกฤติเศรษฐกิจ (ปี พ.ศ.2539 - พ.ศ.2545) ของ เอมอร วุญศิริ (2546) ที่กล่าวว่าหากผู้ประกอบการต้องการขึ้นโครงการใหม่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 154 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้คำนึงถึงด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก หากเศรษฐกิจภายในประเทศยังไม่ดี ประชากรก็ไม่อยากเสี่ยงในการซื้อสินทรัพย์

5.9.3 อภิปรายผลเกี่ยวกับการวิเคราะห์สมมติฐาน

การศึกษาผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบไปด้วย เพศ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมไม่ต่างกัน

ยกเว้นผลการศึกษาผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทของที่อยู่อาศัย และสิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุสูงขึ้นจะมีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมที่มากขึ้นด้วย

5.10 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนงของผู้บริโภค ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 41-50 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่บ้าน ในฐานะเจ้าของที่อยู่อาศัย ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการก่อสร้างให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทำให้เกิดการเลือกซื้อได้ตรงตามความต้องการ
2. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในด้านการเงิน ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคาคอนโดมิเนียม เป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมไม่ควรตั้งราคาสูงเกินไป
3. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในด้านทำเลและที่ตั้ง โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคอนโดมิเนียมที่ใกล้กับที่ทำงาน และ ใกล้กับรถไฟฟ้า ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ควรเลือกทำเลที่มีแนวโน้มว่าจะมีรถไฟฟ้าผ่าน และมีสำนักงานอยู่มาก
4. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในด้านสภาพแวดล้อม โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคอนโดมิเนียมที่มีความปลอดภัยสูงต่อชีวิตและทรัพย์สิน และร่มรื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 155 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นธรรมชาติ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ควรทำให้บรรยากาศโดยรอบร่มรื่น โดยการปลูกต้นไม้หลากหลายพันธุ์ให้สวยงาม และมีรปก.กับกล้องวงจรปิดกันการขโมย

5. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในด้านผู้ประกอบการ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อเสียงที่ส่งสมมาของผู้ประกอบการ และประสบการณ์ในการก่อสร้าง ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ควรจ้างผู้รับเหมาที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ด้านการทำคอนโดมิเนียม
6. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในด้านการตลาด โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับนโยบายหลังการขาย และโปรโมชั่นต่างๆของโครงการ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ควรมีนโยบายเพื่อความเชื่อมั่นว่าผู้บริโภคที่ซื้อไปแล้วนั้น ได้รับการคุ้มครอง
7. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในด้านรูปแบบ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคอนโดมิเนียม สไตลีสอร์ทและ 1 ห้องนอน ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ควรทำการสร้างคอนโดมิเนียม 1 ห้องนอน สไตลีสอร์ท เพราะมีสรว่ายน้ำไว้เป็นที่ผ่อนคลายในวันหยุด
8. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ในด้านเศรษฐกิจ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ เศรษฐกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ควรติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจให้ดีเพื่อหาช่องทางในการทำธุรกิจที่เหมาะสม

5.11 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เพื่อให้ทราบถึงวิธีการเลือกใช้จ่ายในด้านต่างๆแบบผสมผสานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับ การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

หนังสืออ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรยาพร เสมอใจและมัทนียา สมมิ. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 53-54.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์
- ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์. (2547). *หลักและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พื้นฐาน*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ตำราลำดับที่ 50 ของโครงการพัฒนาตำรา ศูนย์บริการเอกสารวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 104.
- นนท์วลี คุณเกษมกิจ. (2551). *การรับรู้ต่อสื่อโฆษณากลางแจ้งของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด)*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นันทิกา วชิรปราการกุล. (2549). *พฤติกรรมในการรับข่าวสารและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา: บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บัณฑิต จุลาสัย. (2546). *อยู่คอนโด City Life*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรสัมพันธ์.
- บัณฑิต ผังนิรันดร์. (2545). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ปณิศา ตัญยานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- มรกต. (2535). *กลเม็ดการขาย บ้าน-คอนโด (ฉบับกระเป๋)*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2545). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดทำตำรา คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี.
- วัดอุดมภูมิคอนโดกลางเมือง. (2552). [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลได้จาก : http://www.reic.or.th/news/news_detail.asp?nID=24675&p=1&s=15&t=12. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 กรกฎาคม 2552).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสืออ้างอิง

- สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัท ด่านสุทธาการ พิมพ์ จำกัด.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2547). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: วิทยพัฒน์.
- อคุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. (2548). *หลักการตลาดเพื่อธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: เสริมมิตร.
- อวยชัย หาญทวีทอง. (2538). *กลยุทธ์การสร้างเหตุการณ์เทียมในสื่อโฆษณาที่อยู่อาศัยแบบ คอนโดมิเนียม*. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เอมอร วงษ์ศิริ. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยของ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร หลังวิกฤติเศรษฐกิจ (ปี พ.ศ. 2539-พ.ศ.2545)*. สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง
(STUDYING ON FACTORS INFLUENCED TO DECISION MAKING TO BUY
CONDOMINIUM IN PRAWET AND PRAKANONG AREA)

สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิศวกรรมก่อสร้างและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต ณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ (1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม

ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจะถูกใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ไม่มีทางเป็นไปได้ที่จะระบุหรืออ้างอิงถึงท่านผู้ตอบแบบสอบถามได้เลย หลังจากการศึกษาครั้งนี้เสร็จสิ้นข้อมูลที่ได้จากทุกท่านจะถูกทำลายลงทันที เพื่อให้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์สูงสุดกรุณาตอบตามความเป็นจริง การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เวลาประมาณ 5-10 นาที

ขอพระคุณอย่างสูงในการตอบแบบสอบถามของท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา **พท2** ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและพระโขนง

คำชี้แจง : ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาให้ความร่วมมือในการศึกษาวิจัยนี้ แบบสอบถามฉบับนี้ใช้เวลาประมาณ 15 นาที ในการตอบ “ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับและจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลใดที่อาจแสดงถึงชื่อหรือสถานภาพของของท่าน หรือตัวท่านเองที่จะถูกนำไปใช้ในการรายงานผลการวิจัย และจะไม่มีการใช้ข้อมูลดังกล่าวร่วมกับบุคคลภายนอกอื่นใด ทั้งสิ้นเว้นเสียแต่จะได้รับการอนุญาตจากท่าน”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี

21-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ โปรดระบุ _____

4. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท

10,001 – 15,000 บาท

15,001 – 20,000 บาท

20,001 – 25,000 บาท

25,001 – 30,000 บาท

30,001 – 35,000 บาท

มากกว่า 35,000 บาท

5. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่า ปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
แม้ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- 1-2 คน 3-4 คน
 5-6 คน มากกว่า 6 คน

8. ประเภทของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

- ห้องเช่า ทาวเฮาส์ / อพาร์ทเมนต์
 คอนโดมิเนียม บ้าน
 อื่นๆ โปรดระบุ _____

9. สิทธิความเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

- เป็นเจ้าของ ไม่ได้เป็นเจ้าของ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัย ด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบ คอนโดมิเนียม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ และด้านเศรษฐกิจ ของที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตประเวศและเขตพระโขนง

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

| ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตประเวศและเขตพระโขนง | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|-----------------------|--------------|--------------|-----------------|--------------------------|
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) | เห็นด้วย (4) | ไม่แน่ใจ (3) | ไม่เห็นด้วย (2) | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) |
| ปัจจัย ด้านการเงิน | | | | | |
| 1. ท่านให้ความสำคัญกับราคาคอนโดมิเนียมเป็นลำดับแรก | | | | | |
| 2. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมในท้องตลาดมีราคาที่สูงเกินจริง | | | | | |
| 3. ท่านจะทำการกู้เงินเพื่อซื้อคอนโดจากสถาบันการเงินที่เป็นพันธมิตรกับโครงการ | | | | | |
| ปัจจัย ด้านทำเลและสถานที่ตั้ง | | | | | |
| 1. ท่านต้องการคอนโดมิเนียมที่ใกล้กับรถไฟฟ้า | | | | | |
| 2. ท่านต้องการคอนโดมิเนียมที่อยู่ติดกับถนนสาธารณะ | | | | | |

| ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขต ประเวศและเขตพระโขนง | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|---------------------------------|
| | เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5) | เห็นด้วย (4) | ไม่แน่ใจ (3) | ไม่เห็นด้วย (2) | ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1) |
| 3.ท่านต้องการคอนโดมิเนียมที่ใกล้กับ ที่ทำงาน | | | | | |
| 4.ท่านต้องการคอนโดมิเนียมที่ใกล้กับ ศูนย์การค้าและโรงพยาบาล | | | | | |
| ปัจจัย ด้านสภาพแวดล้อม | | | | | |
| 1. ท่านต้องการคอนโดมิเนียมที่มี สภาพแวดล้อมร่มรื่นเป็นธรรมชาติ | | | | | |
| 2.ท่านต้องการคอนโดมิเนียมที่มีความ ปลอดภัยสูงต่อชีวิตและทรัพย์สิน | | | | | |
| 3.ท่านต้องการคอนโดมิเนียมที่มีการ จัดกิจกรรมส่วนกลางเป็นประจำ | | | | | |
| ปัจจัย ด้านผู้ประกอบการ | | | | | |
| 1.ท่านเลือกโครงการที่ผู้ประกอบการมี ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือ สูง | | | | | |
| 2.ท่านเลือกโครงการที่ผู้ประกอบการมี ความชำนาญและประสบการณ์ในการ ก่อสร้าง | | | | | |
| 3.ท่านเลือกโครงการที่ผู้ประกอบการมี เทคนิคที่ดีและเทคโนโลยีที่ทันสมัยใน การก่อสร้าง | | | | | |
| ปัจจัย ด้านการตลาด | | | | | |
| 1.การโฆษณาที่มีผลต่อความสนใจใน การเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของคุณ | | | | | |
| 2.นโยบายหลังการขายที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคุณ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ผนวก5
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขต ประเวศและเขตพระโขนง | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|---------------------------------|
| | เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5) | เห็นด้วย (4) | ไม่แน่ใจ (3) | ไม่เห็นด้วย (2) | ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1) |
| 3. โพรโมชันต่างๆของโครงการมีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของคุณ | | | | | |
| ปัจจัย ด้านรูปแบบ | | | | | |
| 1. ท่านเห็นด้วยไหมว่าขนาดพื้นที่ใช้สอยคอนโดมิเนียมในปัจจุบันเหมาะสมแล้วกับราคาขาย | | | | | |
| 2. ท่านเห็นด้วยไหมว่าคอนโดมิเนียมแบบ 1 ห้องนอนได้รับความนิยมมากที่สุด | | | | | |
| 3. ท่านเห็นด้วยไหมว่าในปัจจุบันคอนโดมิเนียมสไตล์รีสอร์ทเหมาะสมกับท่าน | | | | | |
| ปัจจัย ด้านเศรษฐกิจ | | | | | |
| 1. ท่านเห็นด้วยไหมว่าเศรษฐกิจจะมีผลต่อกำลังซื้อคอนโดมิเนียม | | | | | |
| 2. ท่านเห็นด้วยไหมว่าวิกฤติเศรษฐกิจช่วงนี้ส่งผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียม | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา **ผก6** ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลจากแบบสอบถาม

| ข้อที่ | เพศ | อายุ | อาชีพ | รายได้ | ระดับการศึกษา | สถานภาพ | สมาชิกในครอบครัว | ที่อยู่อาศัย | พื้นที่ | พื้นที่ 1.1 | พื้นที่ 1.2 | พื้นที่ 1.3 | การนับ | ข้อที่ 2.1 | ข้อที่ 2.2 | ข้อที่ 2.3 | ข้อที่ 2.4 | จำนวนที่ 3 | ข้อที่ 3.1 | ข้อที่ 3.2 | ข้อที่ 3.3 | สถานะการนับ | ข้อที่ 4.1 | ข้อที่ 4.2 | ข้อที่ 4.3 | ผู้ประกอบอาชีพ | ข้อที่ 5.1 | ข้อที่ 5.2 | ข้อที่ 5.3 | การลด | ข้อที่ 6.1 | ข้อที่ 6.2 | ข้อที่ 6.3 | รูปแบบ | ข้อที่ 7.1 | ข้อที่ 7.2 | การถือ | | | |
|--------|-----|------|-------|--------|---------------|---------|------------------|--------------|---------|-------------|-------------|-------------|--------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|----------------|------------|------------|------------|-------|------------|------------|------------|--------|------------|------------|--------|---|---|---|
| 201 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 202 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 203 | 1 | 2 | 4 | 7 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 204 | 1 | 3 | 3 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | | |
| 205 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 206 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | | |
| 207 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | | |
| 208 | 1 | 4 | 4 | 6 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | | | |
| 209 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | | | |
| 210 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | | | |
| 211 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | | | |
| 212 | 1 | 4 | 3 | 7 | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 213 | 2 | 5 | 3 | 7 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | | | |
| 214 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | | | |
| 215 | 1 | 2 | 3 | 7 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 216 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | | | |
| 217 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 218 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | | | |
| 219 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | | | |
| 220 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | | |
| 221 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | | | |
| 222 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 223 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | | | |
| 224 | 1 | 2 | 4 | 7 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | | |
| 225 | 1 | 4 | 3 | 7 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | |
| 226 | 1 | 5 | 2 | 7 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | |
| 227 | 1 | 3 | 3 | 7 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 228 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | |
| 229 | 2 | 4 | 3 | 7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 230 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | |
| 231 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | |
| 232 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 233 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 234 | 1 | 4 | 4 | 6 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | |
| 235 | 1 | 3 | 3 | 5 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 236 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 237 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 238 | 1 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 239 | 1 | 4 | 3 | 6 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 240 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 241 | 1 | 4 | 3 | 7 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 242 | 2 | 4 | 3 | 7 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 243 | 1 | 3 | 3 | 6 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 244 | 2 | 4 | 4 | 7 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 245 | 2 | 4 | 4 | 7 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 246 | 2 | 3 | 4 | 6 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | |
| 247 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 248 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 249 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 250 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

