

การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา :  
กรณีศึกษา โครงการไอคอนโด ศาลายา, โครงการอิลิท ศาลายา และ โครงการวีคอนโด ศาลายา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2561  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CUSTOMER'S DECISION MAKING IN SELECTING OF CONDOMINIUMS AROUND MAHIDOL  
UNIVERSITY, SALAYA CAMPUS: CASE STUDIES OF ICONDO SALAYA, ELITE SALAYA AND  
VCONDO SALAYA



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Housing Development in Housing and Real Estate

Development

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2018

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณ  
โดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา : กรณีศึกษา โครงการไอ  
คอนโด ศาลายา, โครงการอิลิท ศาลายา และ โครงการวีคอนโด  
ศาลายา

โดย

น.ส.พิมพ์ประไพ อุดมปลະ

สาขาวิชา

การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปวาทอง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะชูโชติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.บรรณโสภิษฐ์ เมฆวิชัย)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปวาทอง)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณทิพย์ พานิชภาคี)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.พัศพันธ์ ชาญวสุนันท์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(อาจารย์ ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร)

พิมพ์ประไพ อุดมปละ : การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบ  
มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา : กรณีศึกษา โครงการไอคอนโด ศาลายา, โครงการอิลิท ศาลายา และ  
โครงการวีคอนโด ศาลายา. ( CUSTOMER'S DECISION MAKING IN SELECTING OF  
CONDOMINIUMS AROUND MAHIDOL UNIVERSITY, SALAYA CAMPUS: CASE STUDIES OF  
ICONDO SALAYA, ELITE SALAYA AND VCONDO SALAYA) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.บุษรา โพ  
วาทอง

การพัฒนาคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยมีแนวโน้มสูงขึ้น และขณะเดียวกันผู้ซื้อที่มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจาก  
อดีต งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา (ม.มหิดล ศาลายา)  
ของผู้ซื้อและผู้เช่ารวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในโครงการกรณีศึกษา 3 โครงการ จำนวน 433 คน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล  
สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่เลือกคอนโดมิเนียมแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ซื้อที่มีร้อยละ 54 ขณะที่กลุ่มผู้เช่ามีร้อยละ  
46 ทั้งนี้กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้มีครอบครัวแล้วอยู่ในวัยทำงานโดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และรับราชการ ขณะที่  
กลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาถึงร้อยละ 93 โดยมีค่าเช่าประมาณ 7,000 – 9,000 บาทต่อเดือน 2) ผู้ที่ซื้อคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ร้อยละ 68  
ต้องการซื้อเพื่อลงทุนและเก็บเป็นทรัพย์สิน รองลงมาคือซื้อเพื่ออยู่อาศัยร้อยละ 31 และที่เหลือเป็นการเก็งกำไร ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มที่ซื้อเพื่อการ  
ลงทุนมักเป็นการซื้อให้บุตรพักอาศัยระหว่างศึกษา (ร้อยละ 75) และปล่อยเช่าต่อหลังจากบุตรจบการศึกษาแล้ว 3) ปัจจัยในการเลือก  
คอนโดมิเนียมของผู้ซื้อและผู้เช่ามีความคล้ายคลึงกันคือพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง และราคาเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้เช่ามีเหตุผลในการ  
เลือกเช่าโดยพิจารณาจาก 1.สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน 2.มีความปลอดภัยมากกว่า และ 3.ราคาเช่าใกล้เคียงกันเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์  
นอกจากนี้ยังพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มซื้อและกลุ่มผู้เช่าให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือที่จอดรถ

จากการศึกษาสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมที่ซื้อคอนโดมิเนียมรอบ ม.มหิดล ศาลายา ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักซื้อคอนโดมิเนียมไว้  
เพื่อลงทุนโดยเฉพาะการนำไปปล่อยเช่าในราคาเช่าสูงกว่าอพาร์ทเมนท์โดยรอบ นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงการเลือกเช่าคอนโดมิเนียมซึ่ง  
ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงความปลอดภัยที่มากกว่าที่อยู่อาศัยทั่วไป ดังนั้นงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อ  
ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ที่จะเลือกทำเลที่ตั้ง และการออกแบบโครงการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและกำลังซื้อของผู้บริโภคดังกล่าว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและ อสังหาริมทรัพย์	ลายมือชื่อนิสิต .....
ปีการศึกษา	2561	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6073567225 : MAJOR HOUSING AND REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORD: CONDOMINIUM, SELECTING FACTORS, MAHIDOL UNIVERSITY SALAYA, CONDOMINIUM RENTERS

Pimprapai Udompla : CUSTOMER'S DECISION MAKING IN SELECTING OF CONDOMINIUMS AROUND MAHIDOL UNIVERSITY, SALAYA CAMPUS: CASE STUDIES OF ICONDO SALAYA, ELITE SALAYA AND VCONDO SALAYA.

Advisor: Asst. Prof. BUSSARA POVATONG, Ph.D.

There has been an increasing tendency for condominiums around a university campus to be built; at the same time, customers' purchasing behaviors have changed. The current research endeavor attempted to study buyers and renters' decision making in selecting condominiums around Mahidol University, Salaya Campus (Mahidol Salaya) by means of a questionnaire. The sample consisted of 433 people living in 3 condominiums. The data was then analyzed using descriptive statistics.

The results revealed that the sample of those who decided to live in condominiums could be divided into 2 groups, in which 54% belonged to buyers and renters made up 46%. The majority of buyers were married and middle aged. Also, some of them were business owners whereas others were government officers. In contrast, 93% of condominium renters consisted of university students. The rental rates ranged from 7,000-9,000 Baht per month. Second, 68% of condominium buyers decided to buy condominiums for the purpose of investment as well as keeping them as assets, followed by 31% who purchased condominiums for the purpose of living, whereas the rest stated they bought condominiums for price speculation. Moreover, the results further showed that 75% of those who bought condominiums for the purpose of investment, planned to give them to their children who had to study at the university and then rent them out after their children graduate. Third, both condominium buyers and renters shared the same reasons for choosing condominiums which were the location and prices. However, renters considered the following factors: complete facilities, safety and security, and prices similar to apartments. Furthermore, both condominium buyers and renters gave priority to parking spaces.

The research results reflected customers' purchasing behaviors of condominiums around Mahidol University, Salaya, in which most customers bought condominiums for investment, especially renting them out at higher prices than apartments in the area. Apart from that, it also reflected people's decisions to rent condominiums. Most were university students who required various facilities and higher security than other types of residences. Therefore, the current research would prove to be beneficial for property owners in selecting a location as well as designing residences to respond to customers' demands and purchasing power.

Field of Study:	Housing and Real Estate Development	Student's Signature .....
Academic Year:	2018	Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องจากความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีพระคุณยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปหาทอง ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทาง แนวคิด วิธีการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์รวมทั้งให้กำลังใจ และความเอาใจใส่ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.บรรณโสภิษฐ์ เมฆวิชัย ที่กรุณาให้เกียรติมาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ และกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.กฤษณาทิพย์ พานิชภัคดี อาจารย์ ดร.บุญยิ่ง คงอาษาภัทร และอาจารย์ ดร.พัศพันธ์ ชาญวสุนันท์ ที่ได้กรุณาสละเวลาเพื่อเป็นคณะกรรมการสอบ ซึ่งกรุณาให้คำแนะนำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกด้านการประสานงานในการสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยมาโดยตลอด รวมถึงขอบคุณบุคคลที่มีส่วนร่วมในการให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้แก่ พนักงานนิติบุคคลอาคารชุด พนักงานเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย และผู้บริหารกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่าในโครงการโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา ที่เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ “ครอบครัว” ที่คอยสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน รวมถึงเพื่อนทุกคนที่คอยให้กำลังใจ จนสามารถผ่านพ้นอุปสรรคต่าง ๆ ได้จนกระทั่งถึงวันนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

พิมพ์ประไพ อุดมปลະ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามในงานวิจัย .....	6
1.3 วัตถุประสงค์ .....	6
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
1.5. ขอบเขตงานวิจัย .....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย.....	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุนและเก็งกำไร.....	13
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก.....	17
2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับความสมดุลของที่พักรออาศัยและแหล่งงาน.....	21
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	27
3.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	27

3.2 การเลือกพื้นที่ศึกษา / โครงการกรณีศึกษา.....	28
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	31
3.4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	31
3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	33
3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	33
3.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
3.4.4 การนำเสนอ สรุปผล และเสนอแนะ .....	35
บทที่ 4 ลักษณะโครงการกรณีศึกษา .....	36
4.1 ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม .....	36
4.2 ลักษณะโครงการกรณีศึกษา.....	38
4.2.1 โครงการไอคอนโด ศาลายา.....	38
4.2.2 โครงการอิลิท ศาลายา.....	41
4.2.3 โครงการวีคอนโด ศาลายา.....	43
4.3 เปรียบลักษณะโครงการกรณีศึกษา.....	46
บทที่ 5 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบ มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา .....	48
5.1 ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ และที่อยู่อาศัยเดิมของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า.....	48
5.1.1 จำนวนผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า.....	48
5.1.2 ลักษณะสังคมของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า .....	50
5.1.3 ลักษณะทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า.....	52
5.1.4 ลักษณะด้านที่อยู่อาศัยเดิมของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า .....	54
5.2 วัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียมจำแนกตามประเภทผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า ..	56
5.2.1 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ.....	56
5.2.2 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา.....	58
5.2.3 วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่า .....	60



5.2.4 เหตุผลในการเลือกเช่าคอนโดมิเนียมแทนอพาร์ทเมนท์โดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา.....	61
5.3 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า .....	63
5.3.1 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือก ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้ซื้อ .....	63
5.3.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือก ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้เช่า .....	67
5.3.3 ปัจจัยด้านที่ตั้งมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ต่อการเลือกคอนโดมิเนียม .....	70
5.4 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล .....	71
5.4.1 กลุ่มผู้ซื้อ.....	71
5.4.2 กลุ่มผู้เช่า.....	72
5.5 ระยะเวลาในการพักอาศัยอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ .....	73
5.5.1 กลุ่มผู้ซื้อ.....	73
5.5.2 กลุ่มผู้เช่า.....	74
5.6 วิเคราะห์ลักษณะผู้บริโภคกับปัจจัยในการเลือกคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา .....	75
5.6.1 วิเคราะห์ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียม .....	75
5.6.2 วิเคราะห์ปัจจัยลักษณะกายภาพที่มีผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา ของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า .....	75
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ.....	83
6.1 สรุปผลการศึกษา .....	83
6.2 อภิปรายผล .....	93
6.3 ข้อค้นพบที่สำคัญ.....	95
6.4 ข้อค้นพบสำคัญอื่น ๆ.....	96
6.5 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย .....	97
6.6 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป .....	98
ภาคผนวก ก.....	99

ภาคผนวก ข.....	106
บรรณานุกรม.....	2
ประวัติผู้เขียน.....	5



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 เหตุผลในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ที่ต้องการซื้อที่พักอาศัยแต่ละประเภท.....	9
ตารางที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	22
ตารางที่ 3 จำนวนหอพักและจำนวนนักศึกษาที่ใช้บริการหอพักภายใน ม.มหิดล ศาลายา.....	29
ตารางที่ 4 ข้อมูลเบื้องต้นโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ .....	30
ตารางที่ 5 สรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัย .....	31
ตารางที่ 6 ข้อมูลโครงการไอคอนโด ศาลายา .....	38
ตารางที่ 7 ข้อมูลโครงการอิลิท ศาลายา.....	41
ตารางที่ 8 ข้อมูลโครงการวีคอนโด ศาลายา.....	43
ตารางที่ 9 เปรียบเทียบรายละเอียดโครงการกรณีศึกษา .....	46
ตารางที่ 10 จำนวนผู้เลือกโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการโดยจำแนกเป็นผู้ซื้อและผู้เช่า .....	49
ตารางที่ 11 ลักษณะสังคมของผู้บริโภค .....	50
ตารางที่ 12 ลักษณะด้านเศรษฐกิจของผู้อยู่อาศัย .....	52
ตารางที่ 13 ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน.....	55
ตารางที่ 14 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม .....	57
ตารางที่ 15 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดเพื่ออยู่อาศัย .....	58
ตารางที่ 16 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน .....	58
ตารางที่ 17 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดเพื่อเก็งกำไร.....	59
ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์และเหตุผลในการซื้อโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ .....	59
ตารางที่ 19 วัตถุประสงค์การเลือกเช่าคอนโด .....	60
ตารางที่ 20 เหตุผลในการเลือกเช่าพักอาศัยระหว่างศึกษา .....	61
ตารางที่ 21 เหตุผลในการเลือกเช่าพักอาศัยระหว่างทำงาน .....	61

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์และเหตุผลในการเข้าโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ.....	62
ตารางที่ 23 ปัจจัยส่งต่อการตัดสินใจเลือกซื้อจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อคอนโด .....	63
ตารางที่ 24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่งต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ64	
ตารางที่ 25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่งต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ65	
ตารางที่ 26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่งต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ65	
ตารางที่ 27 สรุปปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อตามวัตถุประสงค์การเลือกซื้อในแต่ละโครงการ .....	66
ตารางที่ 28 ปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกเช่าจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่าคอนโดมิเนียม ..	67
ตารางที่ 29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่า .....	68
ตารางที่ 30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่า .....	68
ตารางที่ 31 แสดงค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่า .....	69
ตารางที่ 32 สรุปปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเช่า ตามวัตถุประสงค์การเลือกเช่าคอนโด .....	70
ตารางที่ 33 ผลการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดใกล้ม.มหิดล ศาลายา.....	70
ตารางที่ 34 ผลการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดใกล้ม.มหิดล ศาลายา .....	71
ตาราง 35 เหตุผลที่ทำให้ที่ตั้งใกล้ม.มหิดล ศาลายามีผลการตัดสินใจเลือกคอนโด.....	71
ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอนโดใกล้ม.มหิดล ศาลายา.....	72
ตารางที่ 37 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา .....	72
ตารางที่ 38 ระยะเวลาในการพักอาศัยและ โครงการที่ตัดสินใจเลือกซื้อ .....	73
ตารางที่ 39 จำนวนระยะเวลาในการพักอาศัยกับโครงการที่ตัดสินใจเลือกเช่า .....	74
ตารางที่ 40 ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ตัดสินใจเลือกซื้อ .....	76
ตารางที่ 41 ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ตัดสินใจเลือกเช่า.....	79
ตารางที่ 42 เปรียบเทียบลักษณะภาพโครงการโครงการไอคอนโด ศาลายา .....	80

ตารางที่ 43	เปรียบเทียบลักษณะภาพโครงการโครงการอิทธิต ศาลายา.....	81
ตารางที่ 44	เปรียบเทียบลักษณะภาพโครงการโครงการวีคอนโด ศาลายา .....	82
ตารางที่ 45	สรุปลักษณะกลุ่มผู้บริโภคโครงการไอคอนโด ศาลายา .....	84
ตารางที่ 46	ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค .....	89
ตารางที่ 47	ปัจจัยสำคัญด้านลักษณะกายภาพ.....	92
ตารางที่ 48	ราคาค่าเช่า.....	100
ตารางที่ 49	ความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์และภูมิลำเนา .....	101
ตารางที่ 50	ความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์และภูมิลำเนา .....	101
ตารางที่ 51	ความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์และภูมิลำเนา .....	102
ตารางที่ 52	ความสัมพันธ์ประเภทห้องคอนโดมิเนียมและโครงการที่เลือกซื้อ .....	102
ตารางที่ 53	ความสัมพันธ์ขนาดห้องและโครงการที่เลือกซื้อของผู้อยู่อาศัย .....	102
ตารางที่ 54	ราคาซื้อคอนโดมิเนียม.....	103
ตารางที่ 55	จำนวนร้อยละของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ของโครงการ ....	103
ตารางที่ 56	ความสัมพันธ์ประเภทห้องคอนโดมิเนียมและโครงการที่เลือกซื้อ .....	103
ตารางที่ 57	ความสัมพันธ์ขนาดห้องและโครงการที่เลือกซื้อของผู้อยู่อาศัย .....	104
ตารางที่ 58	ราคาเช่าคอนโดมิเนียม.....	104
ตารางที่ 59	จำนวนร้อยละของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ของโครงการ ....	105

## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 การเติบโตของโครงการคอนโดโดยรอบสถานศึกษา 4 โซน.....	3
รูปภาพที่ 2 ตำแหน่งที่ตั้งคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา .....	4
รูปภาพที่ 3 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	18
รูปภาพที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการของผู้บริโภค .....	19
รูปภาพที่ 5 แผนผังแสดงกรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	27
รูปภาพที่ 6 ตำแหน่งมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐทั้ง 4 ทิศ.....	28
รูปภาพที่ 7 ตำแหน่งคอนโดรอบม.มหิดล ศาลายา.....	30
รูปภาพที่ 8 กระบวนการดำเนินงานวิจัย .....	32
รูปภาพที่ 9 แผนที่โครงการกรณีศึกษา .....	36
รูปภาพที่ 10 สภาพแวดล้อมโดยรอบ .....	37
รูปภาพที่ 11 ตำแหน่งคอนโดและอพาร์ทเมนท์โดยรอบม.มหิดล ศาลายา.....	38
รูปภาพที่ 12 โครงการไอคอนโด ศาลายา.....	39
รูปภาพที่ 13 ผังรวมโครงการไอคอนโด ศาลายา.....	40
รูปภาพที่ 14 ผังห้อง .....	40
รูปภาพที่ 15 โครงการอิลิท ศาลายา .....	42
รูปภาพที่ 16 ผังรวมโครงการอิลิท ศาลายา.....	42
รูปภาพที่ 17 สิ่งอำนวยความสะดวกโครงการอิลิท ศาลายา .....	42
รูปภาพที่ 18 โครงการวีคอนโด ศาลายา .....	44
รูปภาพที่ 19 ผังโครงการวีคอนโด ศาลายา .....	44
รูปภาพที่ 20 ผังสิ่งอำนวยความสะดวก .....	45
รูปภาพที่ 21 สิ่งอำนวยความสะดวกโครงการวีคอนโด ศาลายา .....	45

รูปภาพที่ 22	สัดส่วนผู้บริโภครวมและผู้ซื้อและผู้เช่า.....	49
แผนภูมิที่ 23	ลักษณะด้านสังคมจำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่างในโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ	50
รูปภาพที่ 24	อายุของกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่า.....	51
รูปภาพที่ 25	วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา .....	57
รูปภาพที่ 26	วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่าคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา .....	60
รูปภาพที่ 27	ผลการศึกษากลุ่มผู้บริโภครวมโครงการกรณีศึกษาบริเวณโดยรอบม.มหิดล ศาลายา.....	83
รูปภาพที่ 28	ลักษณะกลุ่มผู้บริโภค.....	88
รูปภาพที่ 29	สรุปปัจจัยการเลือกซื้อ.....	91
รูปภาพที่ 30	สรุปปัจจัยการเลือกเช่า.....	92
รูปภาพที่ 31	ลักษณะการซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินตามระยะเวลา.....	96



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันจากงานศึกษาเรื่องคนรุ่นต่าง ๆ กับตลาดที่อยู่อาศัย<sup>1</sup> พบว่า คนวัยทำงานคือกลุ่มที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมากที่สุด เนื่องจากมีประสบการณ์มากเพียงพอ และรายได้ระดับที่มีศักยภาพในการซื้อที่อยู่อาศัย จึงมีบทบาทต่อตลาดที่อยู่อาศัยในช่วงนี้จนถึงอีก 10 ปีข้างหน้า ส่งผลให้สถาบันการเงินและผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เริ่มศึกษาพฤติกรรมคนกลุ่มนี้มากขึ้น ทั้งนี้พบว่าคนกลุ่มนี้ชอบอยู่อย่างอิสระ มีครอบครัวและบุตรช้า หากมีบุตรก็มีเพียง 1-2 คน ขนาดที่อยู่อาศัยจึงไม่ต้องใหญ่โต อีกทั้งไม่ชอบมีภาระดูแลบำรุงรักษาที่อยู่อาศัยมากนัก เช่น ไม่ต้องการสนามหญ้า เพราะไม่อยากตัดหญ้า หรือซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อและบริการส่งอาหารแทนการทำอาหารเอง จึงมีความต้องการเลือกซื้อคอนโดฯ หรือทาวน์เฮาส์มากกว่าบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้นทุนและค่าบำรุงรักษาต่ำกว่า จากการวิเคราะห์ผ่านบทความ “หนีไปจากกรุงเทพฯ The New Sub urbanism” เมื่อคนรุ่นใหม่รักบ้านชานเมืองมากกว่าเมือง เอาไว้ว่าเทรนด์การมีอยู่อาศัยชานเมืองเริ่มได้รับความนิยม ด้วยภาพลักษณ์ของการมีสภาพแวดล้อมที่ดี บวกกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสำหรับการอยู่อาศัย โดยรายงาน The Suburb of the Future, Almost Here ชี้ว่าการเพิ่มขึ้นของกลุ่มคนยุคใหม่ที่จะเริ่มเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ชานเมือง<sup>2</sup> นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงความต้องการการอยู่อาศัยรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะเมื่อแต่งงานและไม่ต้องการให้ลูกเติบโตในเมือง ที่มีแต่อาคารสูง โดยต้องการพื้นที่ชานเมืองที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตในเมือง จึงเกิดแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า The New Sub urbanism ซึ่งพื้นที่ชานเมืองสามารถวางแผนและออกแบบให้มีคุณภาพได้เช่นเดียวกับพื้นที่กลางเมือง นอกจากนี้การปฏิวัติระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ยังส่งผลให้คนในพื้นที่ชานเมืองมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ทำงานที่บ้านผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ไม่ต้องเดินทางเพื่อเข้ามาทำงานในเมืองทุกวัน รวมถึงระบบขนส่งมวลชนเริ่มครอบคลุมพื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพฯ มากขึ้นด้วย

ในปัจจุบันโครงการคอนโดมิเนียมบริเวณโดยชานเมืองโดยเฉพาะรอบมหาวิทยาลัย มีแนวโน้มเติบโตค่อนข้างมาก ทั้งนี้เป็นเพราะเมืองมีการขยายตัวมากขึ้น อีกทั้งบริเวณใจกลางเมืองเหลือพื้นที่สำหรับการอยู่อาศัยน้อยลง และมีราคาขายที่พักอาศัยแพงมากขึ้น ทำให้ทำเลแถบชานเมืองเป็นทำเลทองสำหรับการพัฒนาที่พักอาศัยรวมถึงคอนโดมิเนียมหลายโครงการ ขณะที่จำนวนการเติบโตของคอนโดมิเนียม

<sup>1</sup> ที่มา: คุณสัมมา คิตสิน นักเศรษฐศาสตร์อสังหาริมทรัพย์ “ตลาดอสังหาฯ เมืองกรุง แนวโน้มเติบโตสูง” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.blrbangkok.com/PrimeProperty> เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2562.

<sup>2</sup> คุณแทนศร พรปัญญาภัทร ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ศูนย์การออกแบบและพัฒนาเมือง (UDDC) และ นิตยสารโหม้ และ เดฟฮาร์ดีจาก Institute For New Sub urbanism “ตลาดอสังหาฯ เมืองกรุง แนวโน้มเติบโตสูง” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.blrbangkok.com/PrimeProperty> เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2562.



โดยรอบมหาวิทยาลัยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน<sup>3</sup> เพื่ออยู่อาศัยที่ต้องการความสะดวกสบายในเรื่องระบบสาธารณูปโภค รวมถึงกลุ่มผู้ซื้อที่มีทุนระยะยาวและซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อลงทุนปล่อยเช่าให้กลุ่มนักเรียนนักศึกษา ตลอดจนบุคลากรในสถาบันการศึกษาเพื่อแก้ปัญหาด้านการเดินทาง นอกจากนี้ยังมีกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ในส่วนของผู้ประกอบการที่เล็งเห็นความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับการเช่าที่อยู่อาศัยให้บุตรหลาน และหากบุตรสำเร็จการศึกษาไปแล้วก็สามารถนำห้องชุดดังกล่าวปล่อยเช่าให้นักศึกษารุ่นใหม่ๆ ต่อไปได้

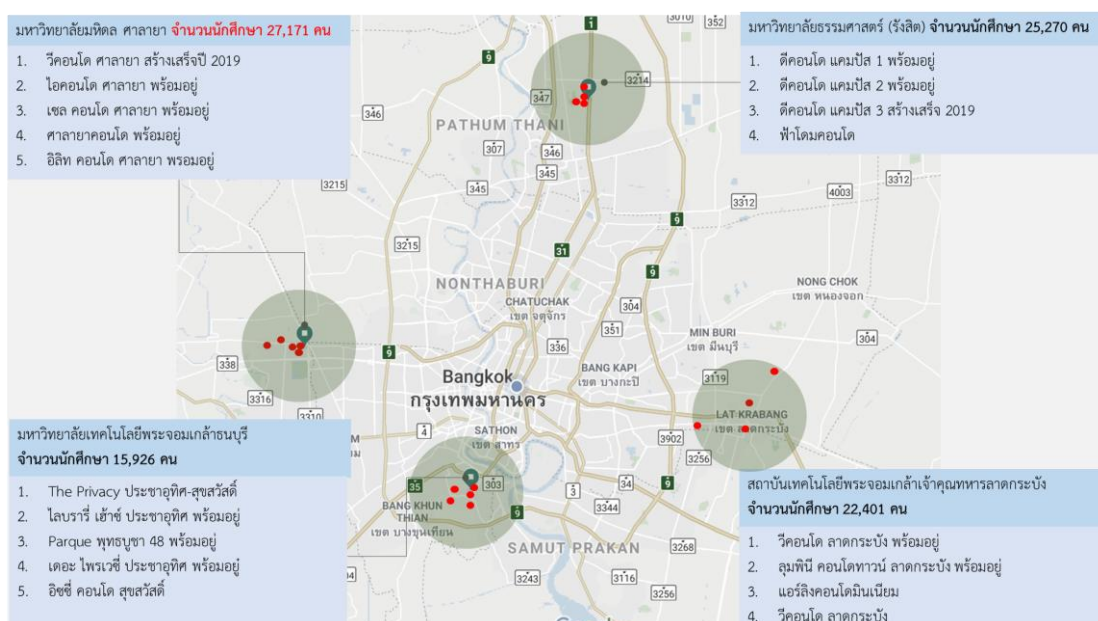
จากการเติบโตของที่พักอาศัยทำให้ผู้ประกอบการหลายบริษัทเริ่มมาพัฒนาคอนโดมิเนียมเพื่อรองรับนิสิต นักศึกษา ได้แก่ บริษัท แสสนสิริ จำกัด (มหาชน) พัฒนาคอนโดมิเนียมบริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) ดีคอนโด แคมปัส เพื่อเจาะตลาดนักศึกษาทั้งในกรุงเทพมหานคร และ ต่างจังหวัด บริษัทแกรนด์ ยูนิต์ จำกัด พัฒนาคอนโดมิเนียมบริเวณมหาวิทยาลัยเอแบค บางนา และ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ภายใต้แบรนด์คอนโดยู แอด หัวหมาก สเตชั่น บริษัท พรอพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) พัฒนาโครงการไอคอนโด บริเวณมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา รวมถึงบริษัท พกฤษา เรียบ เอสเตท จำกัด (มหาชน) พัฒนาคอนโดมิเนียมใกล้มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาลัยเกษตรรังสิต ภายใต้แบรนด์ พลัม คอนโด

พื้นที่บริเวณโดยรอบสถานศึกษาโดยเฉพาะรอบมหาวิทยาลัยถือเป็นชุมชนขนาดใหญ่ และเป็นแหล่งที่พักอาศัยของนักศึกษาและบุคลากรสถานศึกษา ส่งผลให้ตลาดคอนโดมิเนียมใกล้มหาวิทยาลัยเป็นตลาดที่มีศักยภาพและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ที่พักอาศัยโดยรอบชุมชนมหาวิทยาลัย ส่วนมากคือ อพาร์ทเมนท์หรือหอพักที่ผ่านมา เช่น ซึ่งรูปแบบที่พักอาศัยเดิมนั้น พันเลิศ ัญญสิริ (2537) พบว่ารูปแบบของที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง มี 2 แบบคือ 1. หอพักที่ทางสถาบันฯ จัดเตรียมให้ 2. ที่พักให้เช่าของเอกชน บริเวณรอบสถาบันฯ ซึ่งส่วนใหญ่กระจายตัวออกอยู่ในแหล่งชุมชนภายในรัศมี 1.5 กิโลเมตร ตามเส้นทางคมนาคมที่เข้าสู่สถาบันฯ และพบปัญหาห้องพักเล็ก คับแคบ อึดอึด ไม่ถูกสุขลักษณะ ไม่ค่อยมีสิ่งอำนวยความสะดวกในหอพักพิเศษเพิ่มเติมให้ ซึ่งสอดคล้องกับ อานาจ สังข์ศรีแก้ว (2548) พบว่าด้านปัญหาที่เกิดขึ้นที่พักในมหาวิทยาลัยมีระดับของปัญหา มากกว่าที่พักเอกชน โดยปัญหาที่พบร่วมกันคือ การส่งเสียงดัง การลักขโมย การเล่นเกมพนัน เป็นต้น รวมถึงที่พักในมหาวิทยาลัยจะพบปัญหาความแออัด

ในปัจจุบันธุรกิจหอพักมีกระแสความชบเซาจากสถานการณ์การเติบโตในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในรอบหลายปีที่ผ่านมาเน้นไปที่การเติบโตของอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม ซึ่งกำลังได้รับความนิยมจากทั้งผู้

<sup>3</sup> ที่มา : นายอนุกุล รัฐพิทักษ์สันติ รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายบริหารสินทรัพย์ บริษัท พลัส พรอพเพอร์ตี้ “คอนโดใกล้สถานศึกษาสุดบูมแห่ซื้อเก็งกำไรให้เช่า” [ออนไลน์.] เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/content/261410> เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2561.

ลงทุนและผู้อยู่อาศัยเองมากกว่าหอพักหลายเท่าตัว<sup>4</sup> โดยจะแสดงการเติบโตของคอนโดมิเนียมโดยรอบสถานศึกษาพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยแบ่งออกเป็น 4 โซนซึ่งแต่ละโซนนั้นเป็นที่ตั้งอยู่มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ และเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศไทย อันได้แก่ โซนเหนือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) โซนใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โซนตะวันออก สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และโซนตะวันตก มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ซึ่งมีจำนวนนักศึกษาสูงที่สุด



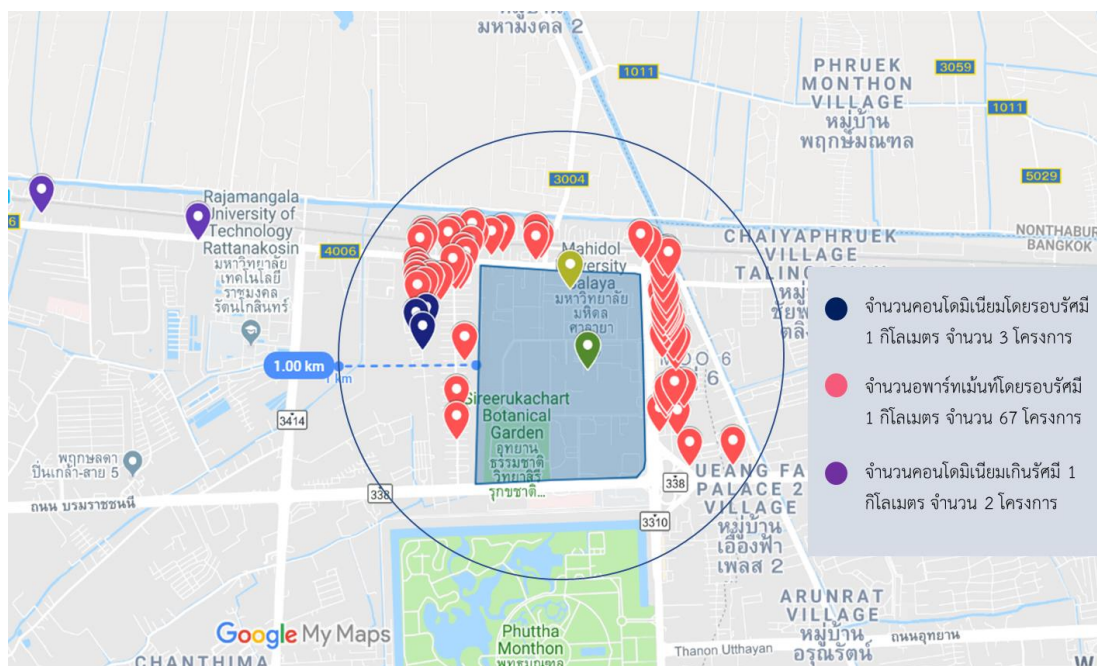
รูปภาพที่ 1 การเติบโตของโครงการคอนโดโดยรอบสถานศึกษา 4 โซน

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย

คอนโดมิเนียมเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักศึกษา ซึ่งลักษณะการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักศึกษาที่ต้องการสังคม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัย และการเลือกที่พักที่ใกล้สถานศึกษาเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้นักศึกษาเลือกคอนโดมิเนียมใกล้สถานศึกษาและยังมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง<sup>5</sup> อย่างไรก็ตามรูปแบบการพักอาศัยเริ่มเปลี่ยนแปลงจากหอพัก อพาร์ทเมนท์ มาเป็นคอนโดมิเนียมมากขึ้น

<sup>4</sup> คอนโดฯ มาแรง - ธุรกิจหอพักกำลังตาย: วิฤฤดี ทางเลือก และทางรอด ชัดเจน [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก [www.ddproperty.com](http://www.ddproperty.com) เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2561.

<sup>5</sup> ที่มา : คอนโดฯ ใกล้สถานศึกษาใกล้เมือง กำไรดี กลุ่มลูกค้าชัดเจน [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://bit.ly/2RwYK6z> เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2561.



รูปภาพที่ 2 ตำแหน่งที่ตั้งคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย

พื้นที่ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐมนั้น ถือเป็นพื้นที่ซึ่งมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร อยู่ห่างจากใจกลางเมืองประมาณ 20 กิโลเมตร และยังเป็นจุดเชื่อมต่อ 3 จังหวัดคือ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และนครปฐม ศาลายามีประชากรโดยรวมมากกว่า 10,000 คน ทั้งที่มีรายชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร์และเป็นกลุ่มประชากรแฝง จากนักเรียน นักศึกษา และพนักงานในมหาวิทยาลัยมหิดล อันเป็นสถานศึกษาที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในพื้นที่

ศาลายาเป็นย่านชานเมืองที่กำลังเติบโตมีการพัฒนาเชิงพาณิชย์ และที่อยู่อาศัย อย่างกระจัดกระจายโดยขาดการวางแผนการใช้ที่ดินแบบบูรณาการ รวมถึงแผนการขนส่งและการจราจรที่สอดคล้องกัน การเข้าถึงเครือข่ายการขนส่งสาธารณะยังขาดการพัฒนาดังจะเห็นได้ จากการใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นการเดินทางหลักของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ จากปัญหาดังกล่าว รัฐบาลจึงมีนโยบายการก่อสร้างรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงบางซื่อ-ศาลายา โดยคาดการณ์ว่าจะทำให้มีประชากรเพิ่มขึ้นเป็น 20,000 คนซึ่งเป็นปริมาณที่มากกว่าจำนวนผู้โดยสารที่มีในปัจจุบันถึง 10 เท่า ดังนั้นจึงควรมีแผนรองรับการพัฒนาของรถไฟฟ้าสายสีแดงที่จะเกิดขึ้นเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของพื้นที่และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

ในช่วงครึ่งศตวรรษที่ผ่านมาพื้นที่ศาลายาได้มีการเติบโตจากชุมชนชานเมืองชนบท ไปสู่การเป็นเมือง มหาวิทยาลัยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงนี้นำมาซึ่งโอกาสมากมาย เช่น การขยายเครือข่ายการคมนาคมที่ดีขึ้นหรือการเข้าถึงการศึกษา การเพิ่มขึ้นของค่าครองชีพและอื่น ๆ แต่เรื่อง

การจรรยาบรรณที่ดีก็ยังเป็นปัญหาใหญ่ที่รอการแก้ไข การมีมหาวิทยาลัยมหิดลในพื้นที่ศาลายาจึงเป็นโอกาสดีสำหรับชุมชนท้องถิ่นรัฐบาล

มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีที่ตั้งศูนย์กลางอยู่ที่ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีเนื้อที่ประมาณ 1,240 ไร่ บริเวณที่ตั้งอยู่ห่างจากเขตเมืองกรุงเทพมหานคร มีสาขาวิชาที่ทางมหาวิทยาลัยได้เปิดทำการเรียนการสอนเน้นหนักทางด้านวิชาการแพทย์และวิทยาศาสตร์ จึงต้องใช้เวลาในการศึกษาเล่าเรียนมากนักศึกษาจึงเลือกพักอาศัยบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแทนการเดินทางไปกลับที่พักส่วนตัว มหาวิทยาลัยมหิดล ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2431 ในฐานะโรงเรียนแพทย์ที่โรงพยาบาลแห่งแรกของประเทศไทยและปัจจุบันเป็นสถาบันการศึกษาและวิจัยชั้นนำของประเทศ พศ. 2486 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์การแพทย์และใน พ.ศ. 2512 โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ ได้เปลี่ยนชื่อเป็นมหาวิทยาลัยมหิดลเพื่อเป็นเกียรติแก่บิดาผู้ล่งลับ เจ้าฟ้ามหิดลแห่งสงขลามหาวิทยาลัย มีหลักสูตรจำนวน 17 คณะ วิทยาลัยจำนวน 6 วิทยาลัย และ สถาบันจำนวน 8 สถาบัน

โดยจากงานวิจัยที่ผ่านมาจะพบว่าส่วนใหญ่เป็นการศึกษาสภาพความเป็นอยู่ของนักศึกษาที่พักอาศัยโดยรอบสถานศึกษา ความต้องการเช่าห้องพัก อพาร์ทเมนท์ แต่ยังไม่มีความใส่ใจในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบสถานศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ซึ่งมีปริมาณคอนโดมิเนียมโดยรอบเพิ่มมากขึ้น และพฤติกรรมของนักศึกษาที่เปลี่ยนแปลงไปมีความต้องการเลือกคอนโดมิเนียมเช่าหอพักและอพาร์ทเมนท์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบสถานศึกษา โดยผู้บริโภคมี 2 ประเภทคือ กลุ่มผู้ซื้อ และ กลุ่มผู้เช่า ทั้งนี้งานวิจัยนี้ต้องการเปรียบเทียบการเลือกของทั้ง 2 กลุ่ม โดยเลือกศึกษาพื้นที่มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีคำถามที่สำคัญคือผู้ซื้อและผู้เช่าเป็นใคร ปัจจัยใดที่ส่งผลให้ตัดสินใจเลือก มีเหตุผลและวัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายาเป็นอย่างไร ทั้งนี้การศึกษาเรื่องนี้จะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ และเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์การพัฒนาอาคารเช่าให้กับผู้ประกอบการรายเก่า และเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์การพัฒนาอาคารเช่าให้กับผู้ประกอบการรายเก่า ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐเพื่อเป็นแนวทางในการจัดวางโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมในการพัฒนาสำหรับที่อยู่อาศัยของนักศึกษา

## 1.2 คำถามในงานวิจัย

1. ผู้บริโภคที่แบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดลสาละยา มีลักษณะเศรษฐกิจ สังคม และที่อยู่อาศัยเดิมเป็นอย่างไร
2. ผู้บริโภคที่แบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่ามีปัจจัยการเลือกคอนโดมิเนียมดังกล่าวด้วยวัตถุประสงค์และเหตุผลเป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะเศรษฐกิจ สังคม และที่อยู่อาศัยเดิมของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล สาละยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยและวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมรอบ มหาวิทยาลัย มหิดลสาละยา ของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า
3. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อหรือกลุ่มผู้เช่ากับปัจจัยในการเลือกคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัย มหิดล สาละยา

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ผู้บริโภค กลุ่มผู้ซื้อ** หมายถึง การถือครองกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล สาละยา ได้แก่โครงการ โอคอนโดสาละยา โครงการอิทธิสาละยา และโครงการวีคอนโดสาละยา ซึ่งจะพักอาศัยอยู่ในโครงการหรือไม่ก็ได้หรือให้บุตร/ผู้เกี่ยวข้องพักอาศัยและไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ โดยวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัยคือ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่ **เพื่ออยู่อาศัย<sup>6</sup> เพื่อการลงทุน/เพื่อเป็นสินทรัพย์<sup>7</sup> และเพื่อเก็งกำไร<sup>8</sup>**

**ผู้บริโภค กลุ่มผู้เช่า** หมายถึง การถือครองกรรมสิทธิ์แบบเช่า ผู้เช่าคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล สาละยา ได้แก่ โครงการโอคอนโด สาละยา โครงการอิทธิสาละยา และโครงการวีคอนโดสาละยา โดยวัตถุประสงค์ในการเช่าคอนโดมิเนียมคือ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ **เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา<sup>9</sup> และเช่าพักอาศัยเพื่อทำงานหรืออื่น ๆ<sup>10</sup>**

**ที่อยู่อาศัยเดิมของผู้ซื้อและผู้เช่า** หมายถึง ภูมิลำเนาเดิม รวมไปถึงประเภทที่พักอาศัย และลักษณะการครอบครองกรรมสิทธิ์ ของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

<sup>6</sup> เพื่ออยู่อาศัย หมายถึง ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง

<sup>7</sup> เพื่อการลงทุนเป็นสินทรัพย์ หมายถึง ซื้อเพื่อลงทุน ยอมโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง โดยจะพักอาศัยช่วงแรกต่อมากอาจปล่อยเช่าต่อหรือมูลค่าเพิ่มในอนาคต

<sup>8</sup> เพื่อเก็งกำไร หมายถึง ต้องการขายต่อและไม่โอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเองโดยถือไว้ในระยะเวลาดสั้นๆ เช่น การขายใบจอง

<sup>9</sup>เช่าเพื่อพักอาศัยขณะศึกษาต่อหากศึกษาจบแล้ว จะทำการย้ายออกทันที

<sup>10</sup>เช่าเพื่อพักอาศัยขณะทำงาน หรือ อื่น ๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน

## 1.5. ขอบเขตงานวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาวัตถุประสงค์และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกเช่าคอนโดมิเนียมโดยรอบสถานศึกษาในกำกับของรัฐบริเวณมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา โดยศึกษา ลักษณะเศรษฐกิจสังคม และที่อยู่อาศัยเดิม ตลอดจนศึกษาวัตถุประสงค์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและเช่า รวมถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลให้เกิดการเลือกซื้อหรือเช่า รวมถึงวิเคราะห์ว่าปัจจัยเรื่องที่ตั้งรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียม

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่และเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์การพัฒนาโครงการให้กับผู้ประกอบการรายเก่า
2. หน่วยงานภาครัฐ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดวางโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมในการพัฒนาเมืองสำหรับที่อยู่อาศัยของนักศึกษา
3. ด้านวิชาการเพื่อเป็นแนวทางการศึกษา และเป็นประโยชน์สำหรับนักวิชาการ นักวิจัย นิสิตนักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่าคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบสถานศึกษา และบริบทของพื้นที่ตั้งสถานศึกษา ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของที่พักนักศึกษาจากการเช่าหอพัก อพาร์ทเมนท์ มาเป็นการซื้อคอนโดมิเนียม

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา กรณีศึกษา โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา ผู้วิจัยได้ กำหนดกรอบในการทบทวนวรรณกรรมไว้ ดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและกำลังซื้อที่อยู่อาศัย

##### 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

##### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย

#### 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุนและเก็งกำไร

#### 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

#### 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับความสมดุลของที่พักอาศัยและแหล่งงาน

#### 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและกำลังซื้อที่อยู่อาศัย

ความต้องการที่อยู่อาศัย (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2557) ที่มีกรกล่าวถึงโดยทั่วไปสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

**1. ความจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่อาศัย (Housing Need)** มนุษย์ทุกคนจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่อาศัย เนื่องจากที่อยู่อาศัยถือเป็นปัจจัยสี่ของชีวิตมนุษย์ทุกคนที่เกิดมาแล้วต้องแสวงหาที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะที่อยู่นั้นจะมีคุณภาพต่ำเพียงใด หรือคนจะเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยนั้นหรือไม่ก็ตาม

**2. ความอยากได้หรือความต้องการฉาบฉวย (Housing Want)** เมื่อมนุษย์ทุกคนต่างมีความจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นการตอบสนองด้านปัจจัยสี่ ดังนั้น จึงอยากได้หรือต้องการมีที่อยู่อาศัยไม่มีที่สิ้นสุดแม้บุคคลที่มีที่อยู่อาศัยแล้ว แต่ไม่ได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ของตนเองก็จะดิ้นรน เพื่อให้ได้ที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ส่วนผู้ที่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองแล้ว ก็ยังมีความใฝ่ฝันที่จะมีที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพดีขึ้นไปอีกตามลำดับ

**3. ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยที่มีอำนาจซื้อ (Housing Demand)** ความอยากได้บ้านหรือความใฝ่ฝันที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองนั้นจะเป็นจริงได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีเงินพอที่จะซื้อได้ หากไม่มีเงินเพียงพอ ความฝันนั้นก็จะเป็นเพียงความต้องการ ไม่ใช่ความต้องการที่มีอำนาจซื้อ เนื่องจาก

**ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย** = **ความอยากได้ที่อยู่อาศัย และมีกำลังซื้อ**  
 หากประชาชนไม่ต้องการบ้านและไม่มีการซื้อ » ผู้ประกอบการไม่มีโอกาสในการขาย  
 หากประชาชนต้องการบ้านแต่ไม่มีการซื้อ » ผู้ประกอบการมีโอกาสในการขาย โดยใช้กลยุทธ์ทางการผลิต และการเงินช่วย  
 อาทิ การสร้างบ้านราคาถูก หรือการให้ผู้ซื้อผ่อนค่างานน้อยแต่ระยะเวลา ผ่อนนาน  
 หากประชาชนไม่มีการซื้อบ้านแต่ไม่มีความต้องการ » ผู้ประกอบการมีโอกาสในการขาย โดยการ  
 ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด

หากประชาชนต้องการบ้านมีกำลังซื้อและเต็มใจซื้อ » การซื้อขายที่อยู่อาศัยจึงเกิดขึ้น

**เหตุผลที่ประชาชนต้องการซื้อที่อยู่อาศัย** ประชาชนต้องการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผล ที่แตกต่างกันหลายประการ ซึ่งอาจจำแนกได้ดังนี้

1. **ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยความจำเป็นหลัก** ได้แก่ การซื้อหาที่อยู่อาศัยเพื่อเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ทั้งนี้เพื่อการอยู่อาศัยของตนเองและครอบครัว ส่วนใหญ่การซื้อประเภทนี้มักจะ เป็นการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นบ้านหลังแรกตามกำลังเงินที่มีอยู่

2. **ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยเหตุจูงใจพิเศษ** ได้แก่ การซื้อเพื่ออยู่อาศัย และการพักผ่อนชั่วคราว การซื้อเพื่อการรับรองแขกและญาติมิตร การซื้อเพื่อลงทุนหรือหารายได้ในอนาคต เป็นต้น

3. **ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อเลื่อนขั้นที่อยู่อาศัย (เลื่อนคุณภาพชีวิต)** ได้แก่การเปลี่ยนจากห้องชุด เป็นทาวน์เฮ้าส์ เป็นบ้านเดี่ยว และเป็นคฤหาสน์ในที่สุด

ตารางที่ 1 เหตุผลในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ที่ต้องการซื้อที่พักอาศัยแต่ละประเภท

เหตุผล	บ้านเดี่ยว	ทาวน์เฮ้าส์	คอนโดมิเนียม
1. เดินทางสะดวก	31	33	29
2. ใกล้ที่ทำงาน	20	24	23
3. สภาพแวดล้อมดี	20	15	13
4. ใกล้ที่อยู่อาศัยเดิม	13	10	10
5. เป็นย่านที่เจริญแล้ว	7	8	6
6. มีที่อยู่อาศัยให้เลือกมากทั้งแบบและทำเล	3	4	4
7. ทำเลการค้าขาย	3	3	3
8. ค่อนข้างทำเลน่าจะขยายตัวได้ในอนาคต	1	1	2

ที่มา : ศูนย์บริการข้อมูลที่อยู่อาศัยโสมบายเออร์โกลด์



### 2.1.2 แนวคิดการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

การพิจารณาเลือกที่อยู่อาศัยในลักษณะที่เป็นเหตุและผลนั้น ต้องใช้ความพยายามในการหาเหตุที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละบุคคลและสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ที่ทำให้คนเลือกที่อยู่อาศัย

ศุภวัฒน์ บางขวด (2551) ได้ทำการศึกษาด้านจิตวิทยาสังคมเรื่องการย้ายถิ่นพบว่า มีสาเหตุต่าง ๆ ที่ผลักดันให้ครอบครัวเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ได้แก่

1. ความรู้สึกอึดอัดในครัวเรือน (ความหนาแน่นของจำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมกัน)
2. ปัญหากับผู้เช่าในกรณีเป็นบ้านเช่า
3. สภาพชุมชนที่อยู่อาศัย

ซึ่งข้อสรุปทางด้านจิตวิทยาสังคมนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะสามารถจำแนกชนิดสาเหตุที่เป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความคิดที่จะย้ายที่อยู่อาศัยได้

Walpery (1955) ได้นำเอาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ในลักษณะที่เห็นว่าการกระทำทุกอย่างที่เกิดขึ้นเป็นผลของการคิดแบบเป็นขั้นตอนและเป็นเหตุผลมาอธิบายพฤติกรรมการ ย้ายถิ่นว่าการย้ายถิ่นของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการย้ายที่ใกล้เคียงหรือบริเวณที่อยู่ในระยะทางไกลเป็นการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม โดยมีกลไกอย่างหนึ่งที่บุคคลจำเป็นต้องใช้ในการตัดสินใจ คือ ประเมินผลของสภาพชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ว่าสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของตนและทำให้ตนพอใจได้หรือเพียงใด Walpery (1955) พบว่าผลการประเมินลบบนมนุษย์ก็จะหาวิธีการที่จะทำให้ตนเองพอใจขึ้นมา โดยอาจจะพยายามปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่ไม่ดีนั้นด้วยวิธีต่าง ๆ

Walker J (1955) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการย้ายถิ่นว่ามีปัจจัยเหลือคณานับที่กระทบการยึดเหนี่ยวหรือดึงดูดประชากรออกไป เช่น ภูมิอากาศที่ดีจะเป็นแรงดึงดูดในขณะที่ภูมิอากาศเลวเป็นแรงขับไล่ที่เกิดกับทุกคน ผู้ย้ายถิ่นทุกคนจะนิยมปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแง่บวก และลบทั้งในถิ่นต้นทางและปลายทางแตกต่างกันไปแต่เราอาจจำแนกประชากรที่ตอบโต้ในแบบ คล้ายคลึงกันต่อกลุ่มของปัจจัยที่เหมือนกันที่ถิ่นต้นทางและถิ่นปลายทางได้

W. Lean and B. Goodal (1977) ได้ศึกษาเรื่องการปรับตัวของมนุษย์กับการย้ายถิ่นฐานลักษณะที่เป็นแบบจำลองของพฤติกรรมการย้ายถิ่นโดยใช้ตัวแปร 3 ชุด ของ Wolpert คือ ตัวแปรที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมตัวแปรที่เกี่ยวกับตัวบุคคล และตัวแปรที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ชุดแรก ซึ่งสรุปได้ว่าความคาดหวังและโอกาสที่จะมีได้ของแต่ละคนในสังคมสัมพันธ์กันในลักษณะที่ขัดแย้งกัน เช่น ถ้าสังคมและชุมชนที่อยู่อาศัยแต่ละแห่งไม่สามารถให้ออกาสตามที่แต่ละคนคาดหวังได้คนในชุมชนนั้น ๆ ก็จะแสวงหาทางออกโดยย้ายไปอยู่ที่แห่งใหม่

Becker (1977) ได้อธิบายว่าผู้อยู่อาศัยมีความพอใจที่อยู่อาศัยในปัจจุบันได้แม้ว่าจะไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติผู้อยู่อาศัยจะประเมินที่อยู่อาศัยด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ 1. ภาพพจน์บ้านในอุดมคติ 2. เงื่อนไขตามสภาพกรณี 3. กลไกการแก้ไขปัญหาตัวบุคคล

จากการสรุปของข้อค้นพบข้างต้นทำให้พบว่าในการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ เป็นการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตัวเองกล่าวคือ จะมีความคาดหวังว่าที่อยู่ใหม่ที่จะย้ายไปนั้นจะตอบสนอง ความพึงพอใจได้หรือไม่เพียงใด หากที่อยู่ใหม่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังได้ ก็จะถูกย้ายไป เรื่อย ๆ จนกว่าจะได้ที่อยู่อาศัยที่ตอบสนองต่อความต้องการอย่างแท้จริง

กล่าวได้ว่า ผู้มีรายได้ปานกลางจะต้องมีความต้องการที่อยู่อาศัยสองประการคือ ประการแรก ความจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นความต้องการที่ขาดไม่ได้และ ประการที่สอง ความอยากได้หรือ ความต้องการผจญ ซึ่งเป็นการต้องการที่แม้จะไม่ได้มาซึ่งที่อยู่อาศัยใหม่ก็สามารถอยู่อย่างเหมาะสม ตามอัตภาพได้

กล่าวโดยสรุปคือ การย้ายถิ่นที่อาศัยไม่ว่าจะเป็นการย้ายในระยะใกล้หรือระยะไกล สิ่งที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจคือ ประเมินชุมชนที่อยู่ว่าจะสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของตนได้หรือไม่, ปัจจัยที่มี ผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยคือ รายได้, ผู้มีรายได้ปานกลางมีความต้องการที่อยู่อาศัย ใน 2 ลักษณะคือ ความจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่และความอยากได้ หรือความต้องการผจญ

### 2.1.3 แนวคิดเกณฑ์ในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

มานพ พงศทัต (2541) กล่าวว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดควรจะต้องพิจารณาตามหลัก 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. **ที่ตั้ง** จะต้องอยู่ไม่ไกลที่ทำงาน/สถานศึกษา ของทั้งสามีและภรรยา บางครั้งอาจจะต้องเลือกให้ ใกล้กับสถานศึกษาของลูก
2. **ราคา** จะต้องเหมาะสมกับตัวสินค้าต้องเปรียบเทียบราคากับสินค้าชนิดใกล้เคียงกัน และต้องดู กำลังผ่อนไม่ให้เกิน 20-25% ของรายได้หลักในแต่ละเดือน
3. **คุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก** พิจารณาดูมาตรฐานวัสดุที่ให้มาในการก่อสร้าง รวมถึง พื้นที่ส่วนกลาง โดยพิจารณาว่าให้สิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง เช่น สระว่ายน้ำ ห้องสมุด สนามเด็กเล่น ร้านค้า ฯลฯ

สำหรับสภาวะการณ์ปัจจุบันนี้ ให้ข้อพิจารณาเพิ่มเติม จากข้อพิจารณาหลักอีก 3 ประการ ซึ่งถือเป็นข้อพิจารณารอง ได้แก่

1. ผู้ประกอบการเป็นใคร มีความเป็นมืออาชีพ และมีผลงานเป็นที่ยอมรับหรือไม่ มีความรับผิดชอบ มากน้อยเพียงใด
2. สถาบันการเงินเป็นใคร ธนาคารหรือสถาบันการเงินที่สนับสนุนโครงการมีความน่าเชื่อถือมาก เพียงใด และใครเป็นผู้สนับสนุนให้กู้เพื่อซื้อบ้าน อัตราดอกเบี้ยขณะซื้อประมาณเท่าใด

3.สร้างแล้วเสร็จไปแล้วเท่าไร โครงการที่จะซื้อมีใบอนุญาตก่อสร้างหรือไม่ ซึ่งโครงการที่สร้างเสร็จหรืออยู่ระหว่างก่อสร้างจะได้เปรียบเพราะมั่นใจได้ว่าเมื่อสร้างเสร็จแล้ว สามารถเข้าอยู่ได้ทันที

## 2.2.4 แนวคิดการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย

### 1. ปัจจัยด้านการเดินทางไปยังแหล่งบริการต่าง ๆ

ศุภวัฒน์ บางขวด (2551) ได้ให้ความสำคัญต่อการเดินทางมากที่สุดเนื่องจากได้ศึกษาพบว่า มีครัวเรือนที่ย้ายที่อยู่อาศัยเข้าสู่แหล่งงานจำนวนมาก เพราะต้องการความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางลง จนกระทั่งพบแหล่งที่ตั้งใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ W. Lean and B. Goodall (1977) ที่มีความเห็นว่าการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้นจะต้องมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งบริการ

Barri and F.E. (1977) มีความเห็นว่าเหตุผลในการรวมตัวของย่านพักอาศัยเกิดขึ้นจาก ประการแรก ความสะดวกในการเข้าถึง ทำให้ผู้อยู่อาศัยมีความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน/ศึกษา การจับจ่ายซื้อของ และการติดต่อธุรกิจ ทำให้ย่านพักอาศัยจับตัวตามแนวเดินทางคมนาคม และกระจายตัวรอบ ๆ ศูนย์กลางธุรกิจ ประการที่สอง การประหยัดด้วยปัจจัยภายนอก การจับตัวดังกล่าวมีผลดีทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายเรื่องการใช้บริการสาธารณูปโภคของเมืองได้

กล่าวโดยสรุปคือ ระยะทางในการเดินทางไปทำงาน/ศึกษา มีผลต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ครัวเรือนจำนวนมากที่ย้ายเข้าหาแหล่งงาน/สถานศึกษา เพราะต้องการลดค่าใช้จ่ายจากการเดินทาง แต่ในครัวเรือนที่มีรายได้มากก็จะอยู่ไกลจากแหล่งงานออกไป

สุวิทย์ อาชวุฒิกุลวงศ์ (2537) ได้ให้ความสำคัญปัจจัยแหล่งที่ตั้ง เช่น ภูมิอากาศ ระดับค่าครองชีพ ในภูมิภาค และบริการสาธารณูปโภคของชุมชน จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกแหล่งที่อยู่อาศัยของคนระหว่างภูมิภาค แต่เมื่อมีการตัดสินใจเข้าไปอยู่ในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่งแล้ว คนเรามักจะพิจารณา 2 ปัจจัยดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งการจ้างงานและการติดต่อสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ ซึ่งวัดด้วยระยะเวลาที่ต้องใช้ไปในการเดินทาง การเข้าถึงแหล่งการจ้างงานและการติดต่อสัมพันธ์อื่น ๆวัด ด้วยเวลาและต้นทุนที่เสียไปในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่ทำงานรวมทั้งเวลาที่ต้องใช้ไปในการเดินทางไปซื้อของใช้จำเป็นต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ซึ่งทำให้ต้องพิจารณาถึงแหล่งที่ตั้งร้านค้าปลีก และศูนย์การค้า ที่อยู่ในบริเวณ

2. คุณภาพที่ตั้ง โดยพิจารณาจากชุมชนเพื่อนบ้านและสภาพแวดล้อมคุณภาพชุมชนที่อยู่อาศัยและเพื่อนบ้านมีความสำคัญต่อการเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งจะแตกต่างกันไปตามรสนิยมของแต่ละคน แต่ส่วนใหญ่

แล้วคนเราพอใจในความเสียบสบ เนื้อที่กว้างขวางมีความเป็นอยู่ที่เป็นระเบียบ มีบริการสาธารณะที่เพียงพอ และประชาชนที่อยู่อาศัยในบริเวณที่มีคนอยู่หนาแน่น นอกจากจะมีความได้เปรียบในแง่ที่ง่ายต่อการเดินทางหรือการมีบริการอื่นมาชดเชย

## 2. ปัจจัยด้านฐานะทางสังคมเศรษฐกิจของครอบครัว

นักทฤษฎีได้พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของระยะห่างระหว่างที่ตั้งของที่อยู่อาศัยกับที่ทำงาน และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว โดยให้ความเห็นว่าเพื่อให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กลุ่มที่มีรายได้ต่ำจะพยายามเลือกที่อยู่อาศัยให้ใกล้กับแหล่งงานมากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูง โดยนักทฤษฎีได้ให้แนวความคิดดังกล่าวนี้มีอาทิ เช่น

ศุภวัฒน์ บางชวด (2551) ได้กล่าวถึงความแตกต่างในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงและรายได้ต่ำกว่า ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีแหล่งพักอาศัยในเขตชานเมืองเพราะพอใจที่จะอยู่ในบริเวณที่มีความหนาแน่นต่ำ เนื่องจากต้องการบ้านในบริเวณที่ไม่แออัด แต่ประชากรรายได้ต่ำจะอยู่ใกล้ศูนย์กลางของเมืองเพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปทำงานและกิจการอื่น ๆ และให้ความสนใจกับราคาของที่อยู่อาศัยมากกว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

### 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุนและเก็งกำไร

#### 1. ทฤษฎีการเก็งกำไร

ในทางวิชาเศรษฐศาสตร์การเงิน Pessimist (2006) คำว่า “Speculator” หรือ “นักเก็งกำไร” การเก็งกำไรเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการทำงานอย่างเป็นระบบของตลาดการเงินใด ๆ ก็ตาม สาเหตุหลักที่ทำให้เกิดการเก็งกำไร เป็นเรื่องธรรมดาที่จำเป็นสำหรับกลไกตลาด เพราะว่าการเก็งกำไรเป็นการช่วยเพิ่มสภาพคล่อง ให้กับสินค้าในตลาดนั้น ๆ ดังนั้นเมื่อใดก็ตามที่ “ตลาด” มี “นักเก็งกำไร” มากกว่า Buyer/Seller น่าจะเรียกได้ว่าเป็นตลาดในสภาวะ “ฟองสบู่”

มานพ พงศทัต (2541) กล่าวว่า ทฤษฎีเศรษฐกิจด้านเก็งกำไร คือ “เก็งกำไรเล็กน้อย” มีส่วนช่วยกระตุ้นบรรยากาศการลงทุนทางเศรษฐกิจให้ก้าวหน้า ทั่วโลกมีการควบคุมการเก็งกำไรทุกชนิดให้อยู่ในระดับต่ำ

ขบวนการเก็งกำไรที่ผ่านมาเมื่อวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ซึ่งนำไปสู่เศรษฐกิจฟองสบู่ หรือ Bubble Economy เมื่อแตกลงก็เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะถ้าพองแตกแล้วการบริหาร เศรษฐกิจการเงินของประเทศขาดประสิทธิภาพก็ไม่ถูกทางจะทำให้เศรษฐกิจทรุดต่ำ ลงไปอย่างไม่น่าเชื่อ

ทฤษฎีแห่งการเก็งกำไร ถูกนำมาใช้ในระบบการค้าเสรียุคใหม่ ที่ทั้งมีผลบวกและผลลบ ผลบวกของการเก็งกำไร คือ ถ้ามีการเก็งกำไรน้อยก็จะเกิดประโยชน์ เป็นการสร้างบรรยากาศ เชิงบวกแก่การลงทุน (Positive Atmosphere to Invest) ผลลบของการเก็งกำไร คือ หากการเก็งกำไรมีจำนวนมากขึ้นๆ จะเป็นการนำไปสู่เศรษฐกิจฟองสบู่ (Bubble Economy) เช่น ญี่ปุ่น บราซิล เม็กซิโก และไทย ซึ่งเป็นผลลบอย่างมหาดศาลแก่ สภาพเศรษฐกิจ ดังนั้นเรื่องการเก็งกำไร คำจำกัดความก็คือ “การซื้อขายระยะสั้น เนื่อการลงทุนธรรมดา” (Beyond Investment-And-Buy for Quick Sell) ซึ่งเป็นเครื่องมือให้นักลงทุนยุคใหม่ใช้ในทุกสถานการณ์ที่ทำได้และกฎหมายหลายประเทศก็ยอมรับ หรือเป็นเครื่องมือให้นักลงทุนยุคใหม่ใช้ในทุกสถานการณ์ที่ทำได้และกฎหมายหลายประเทศก็ยอมรับ หรือเป็นการสร้างการกระตุ้นการเก็งกำไร ให้รุนแรงขึ้นมาด้วยการ “สร้างราคาเทียมขึ้นมาในตลาด” (Create Artificial Increase in Pricing) อาทิ การปั่นหุ้น ปั่นที่ดิน ปั่นราคาทองคำ เป็นต้น

## 2) การเก็งกำไรในอสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจแต่ละประเภทนั้นประสบผลร้ายจากการ “เก็งกำไร” เป็นระยะ ๆ ซึ่งเกิดจากความโลภของนักธุรกิจแต่ละประเภทนั้น ๆ เป็นการเพิ่มมูลค่าปลอมให้กับสินค้านั้น โดยปัจจุบันการเก็งกำไรในธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่

1.การเก็งกำไรที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ ที่นักเก็งกำไรมีที่ดินและอาคารชุดจำนวนมาก ซึ่งเกิด Over Supply เช่น นักเก็งกำไรคอนโดมิเนียม ซื้อมันที่จำนวนหลายๆ ยูนิตและเมื่อผู้ประกอบการสร้างเสร็จครบกำหนดโอนกรรมสิทธิ์ก็ไม่มาโอนกรรมสิทธิ์ ทำให้เกิดวงจรยึดเยื่อ

ถนอม อังคณะวัฒนา (2534: 70-71) กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดการซื้อเพื่อการลงทุน และเก็งกำไร ในอาคารชุด คือ

1.ราคามีแนวโน้มสูงขึ้น จากราคาที่ดินและราคาการก่อสร้าง จึงทำให้ลูกค้าส่วนหนึ่งมองว่าเมื่อซื้อห้องชุดไปจะได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า

2.การเข้ามาทดแทนที่พักอาศัยเพื่อการเช่าในรูปแบบอื่น ๆ เช่น โรงแรม อพาร์ทเมนต์ โดยผู้ซื้อจะพิจารณาว่าหากไม่ได้เข้าพักอาศัย ก็ยังสามารถปล่อยให้คนอื่นเช่าได้ โดยรายได้จากค่าเช่ายังคุ้มกับเงินที่ต้องผ่อนชำระธนาคารในแต่ละเดือน

3.เงื่อนไขทางการเงิน ถ้าได้อัตราเงินกู้ที่ดอกเบี้ยต่ำ การลงทุนซื้ออาคารชุดย่อมมีโอกาสคุ้มค่าจากการลงทุนได้รวดเร็ว

4.ชาวต่างชาติมีเข้ามาทำงาน อยู่อาศัย หรือมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังมีความต้องการซื้อหรือเช่าอาคารชุดสูง การซื้ออาคารชุดเพื่อเก็งกำไร หรือปล่อยให้เช่าจึงได้รับความนิยม

การซื้ออาคารชุดพักอาศัยที่เป็นลักษณะเพื่อการลงทุนมีสัดส่วนสูงพอสมควร อาคารชุดเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ตลาดการซื้ออาคารชุดเพื่อเก็งกำไรมีความคาบเกี่ยวกับการซื้อเพื่อลงทุน แต่มีส่วนที่ต่างกันคือ ผู้ที่ซื้อเพื่อเก็งกำไร จะหวังผลตอบแทนการลงทุนในระยะสั้น โดยเพื่อขายไปจองต่อเท่านั้น ไม่ได้หวังซื้อเพื่อโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดเป็นของตนเอง โครงการที่นักเก็งกำไรส่วนใหญ่สนใจ คือโครงการที่เจ้าของนำเชือถือ ตั้งอยู่ในทำเลที่คาดว่าราคามีแนวโน้มจะปรับตัวสูงขึ้น

2. การเก็งกำไรหุ้นมีอยู่ตลอดเวลา เหตุมาจากเพราะรัฐได้สนับสนุนการเก็งกำไรหุ้น

3. นักเก็งกำไรต่างชาติ ขณะนี้ยอมรับกันว่า “เงิน” เป็นสินค้าเปิดตัวหนึ่งที่แท้จริงและการเก็งกำไรจากการแลกเปลี่ยนเป็นที่ยอมรับ และถูกกฎหมาย การเก็งกำไรใน

ทฤษฎี โดย มานพ พงศทัต (2541) มีการเก็งกำไรกันมากไม่ว่าจะเป็นการเก็งกำไรที่ดิน เก็งกำไรหุ้น เก็งกำไรคอนโดมิเนียม เก็งกำไร Commodities (สินค้าเกษตรหรือตลาดเงินตลาดทอง) หรือเก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท เหตุการณ์นี้เคยเกิดขึ้นแล้วกับเศรษฐกิจไทยที่ปล่อยให้มีการเก็งกำไรหุ้น เก็งกำไรที่ดินแพร่หลายจนเศรษฐกิจรวมเกิดเป็นฟองสบู่

สรุปว่าการเก็งกำไรในอสังหาริมทรัพย์นั้นมี 2 ประเภท คือ การเก็งกำไรทรัพยากรดิบ คือ ที่ดิน และการเก็งกำไรในอาคาร เช่น คอนโดมิเนียม

### 3) การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุนและเก็งกำไร

การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุนและการเก็งกำไรโดย พัลลภ กฤตยานวัช (2550) กล่าวไว้ว่าการซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองนั้น ผู้ซื้อย่อมมีเหตุผลหรือจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันหลายประการ ตั้งแต่เหตุผลทางกายภาพ เศรษฐกิจการเงิน และสังคมจิตวิทยา แต่ที่เป็นประเด็นควรแก่การพิจารณามากที่สุดได้แก่ การซื้อเพื่อมุ่งหวังเก็งกำไร โดยไม่ได้อยู่อาศัยเอง ทั้งนี้เนื่องจากหากมีผู้ซื้อเพื่อมุ่งหวังเก็งกำไรโดยไม่ได้อยู่อาศัยมากเกินไป อาจส่งผลกระทบต่อที่เป็นปัญหาตามมาหลายประการ

#### เหตุผลทางเศรษฐกิจและการเงิน

1. เพื่อให้บ้านอยู่ใกล้ที่ทำงานมีบุคคลจำนวนไม่น้อย แม้จะมีบ้านเดิมของตนอยู่แล้วก็กลับขายบ้านเดิมเพื่อจะซื้อบ้านใหม่ที่อยู่ใกล้ที่ทำงานเพื่อให้การเดินทางไปมาสะดวก และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2. เพื่ออาศัยบ้าน เป็นที่ทำงานด้วยนอกจากจะเพื่อการอยู่อาศัยของครอบครัวแล้วยัง อาจจะมีมุ่งเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจด้วย เช่น เป็นสถานที่ทำงานด้วยหรือมีการแบ่งพื้นที่บางส่วนให้เช่าเพื่อหารายได้เพิ่มเติม เป็นต้น

3. เพื่อการลงทุนหารายได้จากให้เช่าบางครั้งผู้ซื้อบ้านก็เพื่อนำไปให้ผู้อื่นเช่าหารายได้จากค่าเช่า โดยเฉพาะ ซึ่งอาจจะได้รับผลประโยชน์ได้ดีกว่าฝากเงินในธนาคารหรือการลงทุน แบบอื่น

4. เพื่อการลงทุนขายต่อเอากำไร มีผู้ซื้อบ้านบางกลุ่มที่มุ่งซื้อบ้านเพื่อหวังเก็งกำไรโดยซื้อในราคาที่ถูก และนำไปปรับปรุง หรือขายต่อในราคาที่สูง เพื่อทำกำไรในระยะสั้น

5. เพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน โดยมุ่งให้เป็นมรดกแก่ลูกหลาน เนื่องจากเห็นว่าโดยทั่วไปที่อยู่อาศัยจะมีมูลค่าสูงขึ้นตลอดเวลา (ยกเว้นในภาวะเศรษฐกิจวิกฤติหรือตกต่ำพิเศษ) และมักจะสูงกว่าการนำเงินฝากธนาคาร ดังนั้นการซื้อบ้านนอกจากจะได้อยู่อาศัยเองแล้วยังเป็นมรดกระยะยาวที่ดีที่สุด และอาจขายต่อได้กำไรในภายหลังด้วย

6. เพื่อเป็นการสะสมทุน และออมทรัพย์ระยะยาวผู้ซื้อบ้านเองบางครั้งแม้จะต้องอาศัยเงินกู้จากสถาบันการเงินซึ่งมักจะสูงประมาณร้อยละ 80 ของราคาบ้าน และต้องผ่อนชำระหนี้เป็นเงินงวดรายเดือน แต่จะเห็นว่าการเป็นภาระหนี้กับธนาคารนั้นมิใช่เป็นการก่อหนี้เท่านั้นหากเป็นการ “ออมทรัพย์หรือสะสมทุนเพิ่มขึ้น” ด้วยเนื่องจากการผ่อนชำระเงินงวดหนี้จะบังคับให้เขาต้องประหยัดในตัว และยังช่วยให้สามารถสะสม “เงินทุน” เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพราะเงินงวดที่ผ่อนชำระหนี้ส่วนหนึ่งจะเป็นการชำระดอกเบี้ย แต่อีกส่วนเป็นการชำระเงินต้น ส่วนที่เป็นเงินต้นนั้นก็คือ “เงินทุน” ที่สะสมเพิ่มขึ้นนั่นเองตรงข้ามกับการเช่าบ้าน ซึ่งเงิน “ค่าเช่า” จะหายไปกับผู้ให้เช่าโดยผู้เช่าไม่มีโอกาสสะสมทุนได้เลย

นอกจากนั้น ผู้ซื้อบ้านยังได้รับประโยชน์ทางภาษีอากร ได้แก่ การนำเงินดอกเบี้ยที่จ่ายชำระค่าผ่อนบ้านให้กับสถาบันการเงินในแต่ละปีนำมาหักเป็นค่าลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา ในขณะที่ผู้เช่าไม่มีโอกาสเช่นนี้ ดังนั้น ผู้ซื้อบ้านและผ่อนบ้านจึงสามารถประหยัดเงินในส่วนนี้ได้ทุกปี

### การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อเก็งกำไร

การซื้อที่มีใจเพื่อการอยู่อาศัยเอง หากมุ่งขายต่อเอากำไรในระยะสั้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งก่อนที่จะมีการโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง พัลลภ กฤตยานวัช (2550) จากความหมายดังกล่าว อาจพิจารณาองค์ประกอบของการเก็งกำไร ได้ดังนี้

1. ไม่อยู่อาศัยเอง ผู้ซื้อมักจะมีบ้านเป็นของตนเองอยู่แล้ว การซื้อจึงไม่มุ่งที่จะเข้าอยู่อาศัยเอง หรือให้ครอบครัวอยู่แต่อย่างใด

2. ซื้อในราคาถูก หรือต่ำกว่าราคาตลาด ผู้ซื้อคิดว่าราคาที่ซื้อนั้นต่ำกว่าราคาตลาดหรือมูลค่าที่แท้จริงในตลาด เช่น ซื้อจากการขายทอดตลาด เป็นต้น

3. คาดหวังว่าราคาที่อยู่อาศัยจะเปลี่ยนแปลงสูงขึ้นในอนาคตอันใกล้ และในตลาดยังมีผู้ต้องการซื้อจำนวนมาก

4. มุ่งขายต่อเอากำไรในระยะสั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระหว่างการผ่อนดาวน์ก่อนที่จะมี การสร้างเสร็จก่อนการกู้เงินธนาคาร หรือก่อนการโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง

5. การเก็งกำไรจะเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอน ผู้ซื้อมุ่งขายต่อในราคาสูง แต่อาจจะขายไม่ได้กำไรดังคาดหวังก็ได้ หรือผู้เก็งกำไรเองอาจขาดทุนก็ได้

ทั้งนี้ ผู้ซื้อเก็งกำไร อาจเป็นนักลงทุนอาชีพที่มีการคิดคำนวณผลตอบแทนหรือการคิดคะแนนสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรอบคอบ โดยอาศัยข้อมูลเท็จจริงที่มากพอหรือผู้ซื้อเก็งกำไร อาจจะเป็นเพียงประชาชนทั่วไปที่ซื้อในลักษณะ “แห่ตาม” ซื้อเพราะคนอื่นซื้อ และขายได้กำไร ก็ทำตามบ้าง

### รูปแบบวิธีการเก็งกำไรในตลาดปัจจุบัน

การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการเก็งกำไรอาจมีรูปแบบหรือวิธีการหลากหลายแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น

1. ซื้อจากประชาชนทั่วไปที่ร้อนเงินจากเหตุผลต่าง ๆ หรือไม่ทราบข้อมูลราคาตลาดทำให้สามารถต่อรองซื้อในราคาต่ำกว่าราคาตลาดมากพอสมควรแก่การลงทุน
2. ซื้อจากการประมูลขายทอดตลาด ซึ่งราคาต่ำกว่าราคาตลาดมาก และอยู่ในทำเลที่ดีจากนั้นก็ปรับปรุงซ่อมแซมหรือตกแต่งใหม่เพื่อขายต่อในราคาสูง
3. ซื้อจากผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้น ซึ่งราคาเปิดตัวยังต่ำ และยังสามารถเลือกหน่วยที่อยู่ในทำเลที่ดีก่อนและมองเห็นหรือคาดการณ์ว่าราคาจะปรับตัวสูงในระยะเวลานานใกล้ เนื่องจากมีผู้ต้องการจำนวนมากจึงทำสัญญามัดจำ และผ่อนดาวน์ไว้ก่อนและจะขายต่อในช่วงก่อนการโอนเมื่อบ้านสร้างเสร็จแล้ว และหากยังขายไม่ได้เมื่อถึงกำหนดเวลา โอนแล้ว ก็หาทางขยายเวลาเพื่อถ่วงเวลาการโอนออกไป
4. ซื้อเพื่อการลงทุนโดยการให้เช่า แต่หากมีผู้สนใจซื้อต่อโดยเสนอราคาดีก็จะขายต่อไป หากขายไม่ได้ ก็ให้เช่าต่อไปโดยเห็นว่าค่าเช่าคุ้มกว่าการลงทุนฝากเงินในธนาคาร
5. การซื้อและการปั่นราคาให้สูงขึ้น หรือใช้กลยุทธ์เทคนิคต่าง ๆ โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการ หรือกลุ่มบุคคลอื่น ๆ เป็นกระบวนการสร้างราคา

### 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก

Armstrong and Kotler (2004) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อไว้ตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/Need Recognition) ซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดจากความจำเป็น (Need) ซึ่งเกิดจากสิ่งที่กระตุ้นภายใน (Internal Recognition) และสิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) อาจเกิดจากการกระตุ้นจากส่วนประสมทางการตลาด 4P's

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search) ต่อมาผู้บริโภคจะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคได้แก่ แหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น ญาติเพื่อน ครอบครัว ผู้มีประสบการณ์ แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) แหล่งสาธารณชน (Public Sources) แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) จากประสบการณ์ของผู้บริโภค

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation Alternatives) ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบหาทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด



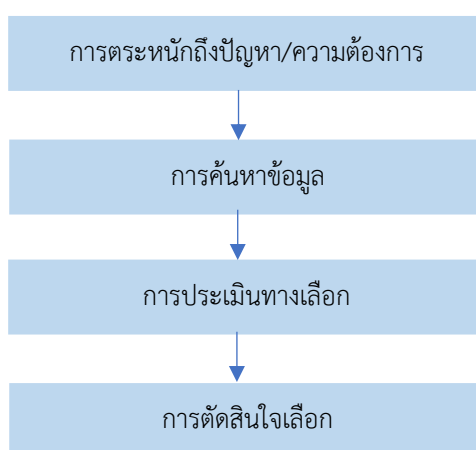
ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) มีการตัดสินใจด้านต่าง ๆ เช่น ตรายี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision) ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision) ปริมาณที่ซื้อ (Quantity Decision) เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) เมื่อทำการตัดสินใจซื้อแล้ว จะทำการตรวจสอบความพึงพอใจหลังการซื้อ ซึ่งเกิดจากการที่ลูกค้าเปรียบเทียบกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง

Schiffman (1994) ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรม ผู้บริโภคจะ พิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด) และ พฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่า ในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งนั้น จะต้องมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติ หลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ การมองเห็นปัญหาการแสวงหา ภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อ ทัศนคติหลังการซื้อ

ชูชัย สมितिไกร (2553) อธิบายว่ากระบวนการก่อนการซื้อ (Pre-Purchase Process) เป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่เกิดขึ้นก่อนที่การซื้อและการใช้จริงจะเกิดขึ้น แบ่ง ได้เป็น 4 ขั้นตอน

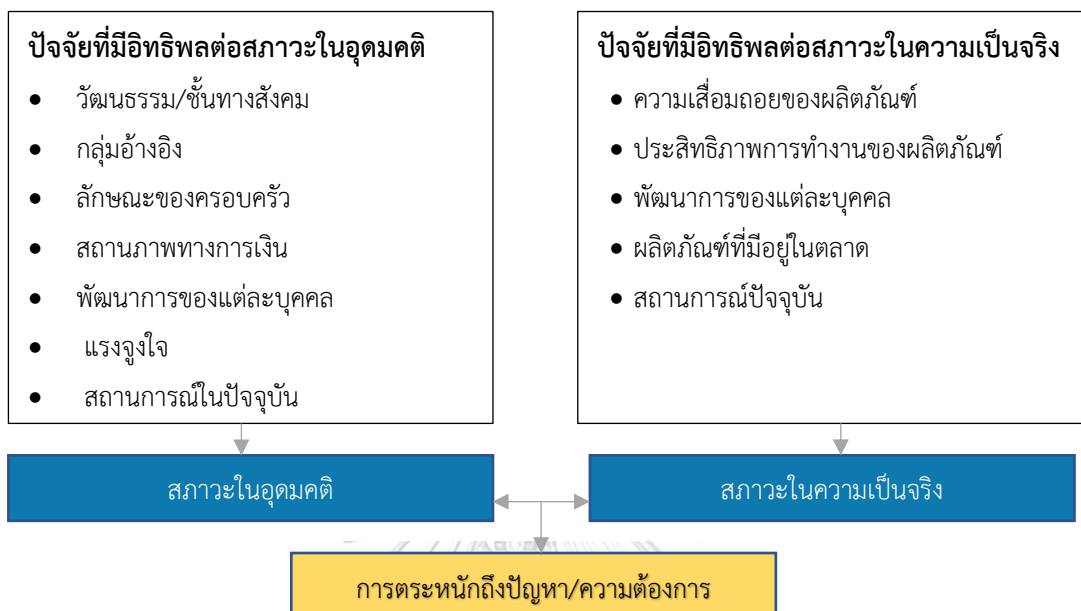


รูปภาพที่ 3 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่มา: ชูชัย สมितिไกร (2553, น. 68)

## 1. การตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการของผู้บริโภค ประกอบไปด้วยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสถานะในอุดมคติ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสถานะในความเป็นจริง ดังแสดงในภาพ



รูปภาพที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการของผู้บริโภค

ที่มา: ชูชัย สมธิไกร (2553, น. 70)

โดยการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ ผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างอย่างเด่นชัดระหว่างสถานะในอุดมคติ (Ideal State) หรือสถานะที่ผู้บริโภคมี ความปรารถนาอยากจะทำให้เกิดขึ้น กับสถานะในความเป็นจริง (Actual State) หรือสถานะที่เกิดขึ้น และดำรงอยู่ในปัจจุบัน

## 2. การค้นหาข้อมูล

เมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีข้อมูลต่าง ๆ สำหรับการแก้ไขหรือตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องมีการค้นหาข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลมาเพียงพอและเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ โดยข้อมูลมี 2 ประเภท คือ

(1) การค้นหาข้อมูลภายใน (Internal Search) หมายถึงการที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูล จากความทรงจำของตนเองเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยผู้บริโภคจะมีความรู้จากประสบการณ์ และการเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

(2) การค้นหาข้อมูลภายนอก (External Search) หมายถึงการที่ผู้บริโภคค้นหา ข้อมูลจากแหล่งภายนอก ซึ่งอาจแบ่งได้เป็นสองแบบคือ หนึ่งการค้นหาจากตลาด เช่นผู้ผลิต ผู้ขาย สื่อโฆษณา สื่อมวลชนต่าง ๆ หรือเว็บไซต์ขององค์การธุรกิจ และแบบที่สองคือ การค้นหาจาก เครือข่ายทางสังคมผู้บริโภค เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เพื่อนสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งใน ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมค้นหาข้อมูลจากสื่อทางสังคม (Social media)

### 3. การประเมินทางเลือก

โดยปกติแล้วผู้บริโภคจะไม่พิจารณาทางเลือกทุกทางที่มีอยู่ แต่จะพิจารณาทางเลือกจำนวนหนึ่งเท่านั้น ทางเลือกที่ได้รับการพิจารณาดังกล่าวเรียกว่า “ชุดของการพิจารณา” (Consideration/evoked set) การประเมินทางเลือก มี 3 วิธี ได้แก่

- (1) การประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ (Pre-existing evaluation) ความทรงจำมาจากประสบการณ์โดยตรง หรือจากการบอกเล่าของผู้อื่น
- (2) การสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่ (Constructing New Evaluation) ในกรณี ที่ผู้บริโภคไม่เคยมีประสบการณ์หรือไม่มีข้อมูลใด ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนั้น ๆ หรือข้อมูลที่มีอยู่เป็นข้อมูลที่เก่าและล้าสมัยไปแล้ว สำหรับการซื้อครั้งใหม่จึงจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่คือ
  - การจัดประเภท (Categorization) หมายถึงการประเมินทางเลือก โดยอาศัยการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งปกติแล้วผู้บริโภคจะมีการจัดประเภทผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว
  - การพิจารณาทีละส่วน (Piecemeal Process) การประเมินทางเลือกที่พิจารณาจุดเด่น จุดด้อยของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยอาศัยเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ดังนั้นผู้บริโภคจำเป็นต้องมีเกณฑ์การประเมิน (Evaluation criteria) ซึ่งหมายถึงประเด็นหรือหลักที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินว่า ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีความเหมาะสมอย่างไร เพื่อการตัดสินใจของผู้บริโภคถูกต้องมากที่สุด เกณฑ์การประเมินสามารถมีได้ อย่างเช่น ราคาของผลิตภัณฑ์ ความคงทน การบำรุงรักษา ประสิทธิภาพการทำงาน ฯลฯ

### 4. การตัดสินใจเลือก

เมื่อประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกในขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใด ผู้บริโภคแต่ละคนมักมีรูปแบบการตัดสินใจ (Decision-making styles) ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล การมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันนี้ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจที่แตกต่างกัน แม้ว่าได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันก็ตาม

Sproles and Kendall (1986) ได้เสนอแบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision-making Style) ประกอบด้วยรูปแบบการตัดสินใจ 8 รูปแบบคือ

- (1) แบบเน้นคุณภาพ (Quality Consciousness) หมายถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ผู้บริโภคแบบนี้ยังนิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism) โดยเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วนกว่าผู้บริโภครุ่นอื่น และมีการเปรียบเทียบสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ
- (2) แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand Consciousness) หมายถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจจากความมีชื่อเสียงของตราสินค้า และมักเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงหรือมีชื่อเสียง (Brand name) เนื่องจากเชื่อว่าราคาของสินค้าเหล่านั้นบ่งบอกถึงคุณภาพ
- (3) แบบตามแฟชั่น (Fashion Consciousness) หมายถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสนิยมหรือแฟชั่น ผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยเสมอ

(4) แบบเน้นความสุข/ความเพลิดเพลิน (Hedonistic/Recreation Consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภค ที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน เนื่องจากรู้สึกมีความสุขจากการจับจ่ายใช้สอย

(5) แบบตามใจตนเอง (Impulse Consciousness) หมายถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจของตัวเอง โดยปราศจากการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน ไม่ได้มีการวางแผนการซื้อสินค้าและไม่สนใจว่าจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร จึงอาจกลับมารู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตัวเองในภายหลัง

(6) แบบเน้นราคา (Price Consciousness) หมายถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาเป็นอย่างมาก มักเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือสินค้าลดราคา โดยมีเป้าหมายคือ จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปได้มากที่สุด

(7) แบบสับสน (Confusion by over-choice) หมายถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่มักสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย ผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่มีความมั่นใจในตนเองตัดสินใจเลือกซื้อได้ยาก เกิดมาจากการรับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ เข้ามามากจนเกินไป

(8) แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า (Habit/brand Loyalty) หมายถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่มักซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมจนเป็นนิสัย หรือเจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น

ต่อมา Shim (1996) ได้นำรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Sproles and Kendall (1986) มาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

(1) แบบเน้นประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian Decision – Making Styles) ประกอบด้วย รูปแบบการตัดสินใจ 2 รูปแบบ คือ แบบเน้นคุณภาพ และแบบเน้นราคา

(2) แบบเน้นสังคม (Social/Conspicuous Decision – Making Styles) ประกอบด้วยรูปแบบการตัดสินใจ 4 รูปแบบ คือแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แบบตามแฟชั่น แบบเน้นความสุข/ความเพลิดเพลิน และแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า

(3) แบบที่ไม่น่าปรารถนา (Undesirable Decision – Making Styles) ประกอบด้วย รูปแบบการตัดสินใจ 2 รูปแบบ คือแบบตามใจตนเอง และแบบสับสน

## 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับความสมดุลของที่พักอาศัยและแหล่งงาน

ความสมดุลระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงานเป็นแนวความคิดที่นำที่ที่พักอาศัยและแหล่งงานมาอยู่ใกล้กัน ด้วยความหลากหลายของงานและการผสมผสานของที่พักอาศัยที่สามารถปรับเปลี่ยนและเป็นเจ้าของได้ด้วยระดับรายได้ (Madelyn & Ned Levine, 1992)

### 1) ความหมายของความสมดุลระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงาน

โดยนิยามของความสมดุลมีความแตกต่างกันตามความคิดของนักทฤษฎีหลายท่านซึ่งได้ให้แนวความคิดไว้ดังนี้

Cervero (1989) ได้กล่าวถึงความสมดุลระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงาน ว่าเมืองจะมีความสมดุลต่อเมื่อที่พักอาศัยและงานกระจายเท่ากันอย่างเหมาะสม และเมื่อทางเลือกในการมีที่พักอาศัยสัมพันธ์กับระดับรายได้ในพื้นที่

Region 2020 (2000) ได้กล่าวว่า ความสมดุลระหว่างที่ตั้งพักอาศัยและแหล่งงาน คือที่ตั้งที่พักอาศัยอยู่ใกล้หรืออยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งงานและสร้างโอกาสในการจ้างงานให้อยู่ใกล้กับย่านพักอาศัย

นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความหมายความสมดุลระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงานที่แตกต่างจากที่กล่าวในข้างต้น เช่น

Apiwat Ratanawaraha (1997) ได้กล่าวว่า เป็นการยากที่กำหนดว่าเมืองที่มีความสมดุลระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งทำงานมีลักษณะอย่างไร เพราะความสมดุลไม่ใช่สรุปเพียงปริมาณที่เท่ากันระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงานอีกด้วย

Peng (1997) ได้กล่าวว่า ความสมดุลระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงานอ้างอิงความสัมพันธ์เกี่ยวกับงานและที่พักอาศัยภายในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ พื้นที่ที่มีความสมดุลต่อเมื่ออาชีพที่กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สามารถหางานทำได้ด้วยเหตุผลด้านระยะทางในการเดินทาง และมีที่พักอาศัยที่สามารถเป็นเจ้าของได้

Lane Council of Government (2000) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของความสมดุลระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงาน คือความเท่ากันในด้านคุณภาพและปริมาณของที่พักอาศัยและแหล่งงาน

จากการศึกษาเกี่ยวกับความสมดุลที่ที่พักอาศัยและแหล่งงานในข้างต้นเห็นได้ว่าความสมดุลนั้นมีความหมายนอกเหนือจากการเท่ากันในปริมาณระหว่างที่พักและแหล่งงาน แต่ยังรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างที่พักและแหล่งงานอีกด้วย โดยต้องพิจารณาจากการเดินทางในการประกอบอาชีพที่เกิดขึ้นด้วย

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมใกล้สถานศึกษาผู้วิจัยได้ทำการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
จันทน์ ประเทืองนพ คุณ (2559)	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่พัฒนาโดยนักพัฒนาศูนย์การค้า กรณี	สัมภาษณ์ผู้ซื้อที่มีการเซ็นสัญญาจะซื้อจะขายกับโครงการ เอส เซ็นท์ คอนโดมิเนียม จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น	ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคทั้ง 3 จังหวัด วัตถุประสงค์ การซื้อคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ซื้อเก็บไว้เป็นทรัพย์สิน ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
	ศึกษา โครงการ เอสเซทท์คอนโดมิเนียม จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดระยอง	และจังหวัดระยอง เป็นจำนวน 90 คน	ข้อคือทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าจึงแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมในหัวเมืองต่างจังหวัดที่ไม่เพียงซื้อเป็นที่อยู่อาศัยเท่านั้น แต่มีการซื้อคอนโดไว้เป็นทรัพย์สินและการลงทุน โดยตัดสินใจซื้อจากทำเลที่ตั้งใกล้ศูนย์การค้าซึ่งอาจไม่ใช่ย่านการค้าเดิมของเมืองรวมทั้งคำนึงถึงชื่อเสียงของผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญ
สุนทร สงวนวงศ์ วิจิตร (2559)	พฤติกรรมการใช้พื้นที่ในห้องพักอาศัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการกรณีศึกษา โครงการยูนิลอฟท์ ศาลายา	ผู้พักอาศัยในโครงการ หอพักยูนิลอฟท์ ศาลายา แบ่งเป็น 4 type A,B,C และ D ประเภทละ 10 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่าง 40 ตัวอย่าง	โครงการมีการออกแบบพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของผู้พักอาศัย แต่เนื่องจากผู้พักอาศัยเป็นนักศึกษา จึงทำให้มีกิจกรรมที่จำเป็นเพิ่มเติม คือ การประชุมกลุ่ม ทำรายงาน ส่งผลให้มีความต้องการพื้นที่ส่วนกลางในการทำกิจกรรมดังกล่าว แต่เนื่องจากโครงการมีรูปแบบเป็นหอพัก ทำให้ต้องเปิด-ปิดเป็นเวลา เป็นข้อจำกัดในการทำกิจกรรม ดังนั้นผู้ออกแบบผู้ประกอบการหอพักจึงคำนึงถึงพฤติกรรมเพิ่มเติม ดังกล่าวเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่ในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักต่อไป
ฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล (2558)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มีประสบการณ์เช่าห้องพัก ประเภทคอนโดให้เช่าหรือ อพาร์ทเมนท์ สำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการจัดการภายใน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ปัจจัย ด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
พลวัฒน์ หอมหวาน (2557)	การเปลี่ยนแปลงของอุปทานของที่อยู่อาศัยสำหรับนักศึกษาประเภทหอพักและอพาร์ทเมนท์ : กรณีศึกษาพื้นที่โดยรอบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ช่วงปี พ.ศ. 2539-2557	<p>- หอพักและอพาร์ทเมนท์ โดยรอบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ช่วงปี พ.ศ. 2539-2557 จำนวน 8 ตัวอย่าง</p> <p>- บุคคลากรมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินการหอพัก</p> <p>- เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล</p>	ผลการศึกษาพบการเปลี่ยนแปลงของอุปทาน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงคือปัจจัยด้าน อุปสงค์, ปัจจัยด้านการแข่งขันการตลาด และปัจจัยทางการเมือง เนื่องจากความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษามีมาก ปัญหาที่พบคือ 1.ปัญหาหอพักของเอกชนบางแห่งในพื้นที่โดยรอบมีคุณภาพต่ำ 2.ปัญหาอัตราการเช่าพักลดลง 3.ปัญหาการกระจายตัวของหอพักอย่างไม่เป็นระเบียบในพื้นที่ห่างไกล โดยมีแนวทางแก้ปัญหาคือ 1)ผู้ประกอบการควรมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงหอพักโดยคำนึงถึงสถานการณ์ทางการตลาด 2) องค์การบริหารส่วนตำบลควรมีบทบาทในการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน
วิวัฒน์ ศิริมหัทธโน (2554)	ปัจจัยการเลือกที่พักของนักศึกษาต่างชาติ ระดับปริญญาตรี : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาลัยเขตสุวรรณภูมิ	แบบสอบถามจำนวน 300 ชุด กลุ่มประชากรเป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาลัยเขตสุวรรณภูมิ	นักศึกษาที่เลือกพักอาศัยที่พักมากกว่า 1ปี ผลที่ได้จากการพิจารณาปัจจัยเลือกหอพักในมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญวิทยาลัยเขตสุวรรณภูมิเป็นอันดับหนึ่งเนื่องจากนักศึกษาต่างชาติพิจารณาเรื่องห้องพักในเรื่องสัดส่วนและขนาดห้องที่เหมาะสมในการพักอาศัย รวมถึงความรู้สึก ต่อความปลอดภัย พิจารณาปัจจัยเรื่องโถงพื้นที่ส่วนกลางเป็นอันดับสองเรื่องพื้นที่รับรองที่พอเพียงในการ พบปะหรือทำกิจกรรม พิจารณาห้องออกกำลังกายเรื่องความเพียงพอและมาตรฐานต่ออุปกรณ์ที่เตรียมให้เป็นอันดับปัจจัยที่สาม

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
อำนาจ สังข์ศรีแก้ว (2548)	สภาพการอยู่อาศัย และสภาพสังคมของ นักศึกษาในเขตเมือง นครปฐม	กลุ่มนักศึกษาที่พักในที่พัก ของมหาวิทยาลัย และที่พัก เอกชนของ มหาวิทยาลัย ศิลปากรและ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ นครปฐม 400 ตัวอย่าง	วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา สภาพที่อยู่อาศัยและสภาพสังคมที่ เกิดขึ้นจากการพักอาศัยของนักศึกษา ในเขตเมืองนครปฐม โดยพบว่าที่พัก ของมหาวิทยาลัยมีกฎระเบียบ มากกว่าที่พักเอกชน และหอพักหญิง จะมีกฎระเบียบที่มากกว่าที่พัก ประเภทอื่น ๆ ด้านการบริการพบว่า ที่พักของมหาวิทยาลัยมีบริการชั้น พื้นฐานครบถ้วนมากกว่าที่พักเอกชน โดยที่พักของเอกชนจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก มากกว่าที่พักของมหา วิทยาลัย ด้านปัญหาที่เกิดจากที่พัก อาศัย พบว่าที่พักอาศัยของ มหาวิทยาลัยจะมีระดับปัญหา มากกว่าที่พักเอกชน โดยปัญหาที่พบ ร่วมกันคือ ส่งเสียงดัง การลักขโมย การเล่นการพนัน การดื่มของมึนเมา และการดูสื่อลามก และที่พักของ มหาวิทยาลัยจะพบความแออัด ข้อเสนอแนะคือที่พักในมหาวิทยาลัย ต้องมีบทลงโทษอย่างจริงจังและ กำหนดมาตรฐานให้เทียบเท่ากับของ เอกชน หรือให้เอกชนมาลงทุนเพื่อที่ ทางมหาวิทยาลัยจะสามารถจัดการ และควบคุมได้มาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งควรมีการปรับปรุงและบำรุงที่ พักให้มีสภาพที่ดีขึ้น
กาญจนา แก้ว แหยม (2539)	สภาพปัจจุบันและคาม ต้องการที่พักอาศัย ของนักศึกษาสถาบัน เทคโนโลยีพระจอม เกล้าธนบุรี	นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี ระดับ ปริญญาตรี ภาคปกติ ปี การศึกษา 2538 ที่เช่าที่พัก อาศัยจำนวน 370 ตัวอย่าง	นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าธนบุรี ส่วนใหญ่มาจากภูมิลำเนา เดิม มาเช่าที่พักอาศัยอยู่ใกล้ สถาบันการศึกษาโดยใช้เวลาในการ เดินทาง จากที่พักไปยังสถานศึกษา น้อยกว่าครึ่งชั่วโมงโดยใช้วิธีการเดิน



ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
			และใช้จักรยาน อาคารที่เช่าพักส่วนใหญ่เป็นอาคารพักรวมชายหญิง ได้แก่ อาคารแฟลต อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม ราคาเช่าเฉลี่ยต่อเดือน 2,445 บาท มีเฟอร์นิเจอร์ มีการรักษาความปลอดภัย สะอาด ปัจจัยที่ตัดสินใจเช่า 1.ความสะดวกในการเดินทาง 2. ขนาดห้องพัก 3. ราคาเช่า 4.สภาพแวดล้อม 5. ต้องการอิสระในการพักอาศัย

จากงานวิจัยทั้ง 7 เรื่องสามารถแบ่งข้อมูลที่น่าสนใจได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1. สภาพการอยู่อาศัย สภาพสังคม พฤติกรรม ของนักศึกษาที่พักอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย ซึ่งทำให้ทราบถึงลักษณะและรูปแบบที่พักอาศัย รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และยังเป็นแบบแผนในการคัดเลือกตัวแปร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องด้วย
2. อุปทานของที่อยู่อาศัยสำหรับนักศึกษา โดยการเปลี่ยนแปลงนั้นเกิดจากอุปสงค์ในแต่ละปีเปลี่ยนแปลงไปและการแข่งขันทางการตลาดของนักพัฒนาอาคารให้เช่า เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการเสนอแนะรูปแบบคอนโดมิเนียมต่อไป
3. ปัจจัยการเลือกเช่าหอพัก หรืออพาร์ทเมนท์ของนักศึกษา ได้แก่ปัจจัยด้านการจัดการภายในห้องพัก การสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพ ขนาดห้องพักที่เหมาะสมในการพักอาศัยรวมถึงความรู้สึกต่อความปลอดภัยขณะพักอาศัย พื้นที่ส่วนกลางเพื่อรองรับการทำกิจกรรมและพบปะ และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

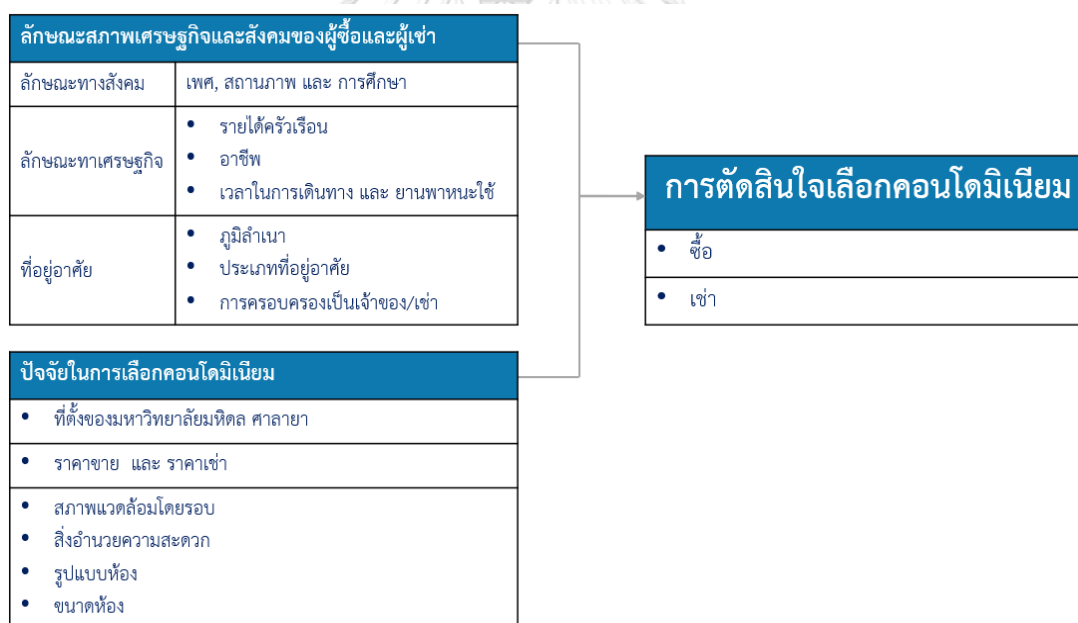
## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้นำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย รวมถึงการออกแบบวิธีการดำเนินการวิจัยเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดลศาลายา กรณีศึกษา โครงการโตคอนโดศาลายา โครงการอิทธิศาลายา และโครงการวีคอนโดศาลายา โดยได้วางแนวทางวิธีการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้ 1) ลักษณะสภาพเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียม 2) ที่ปัจจัยในการเลือกคอนโด 3) การตัดสินใจเลือกของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

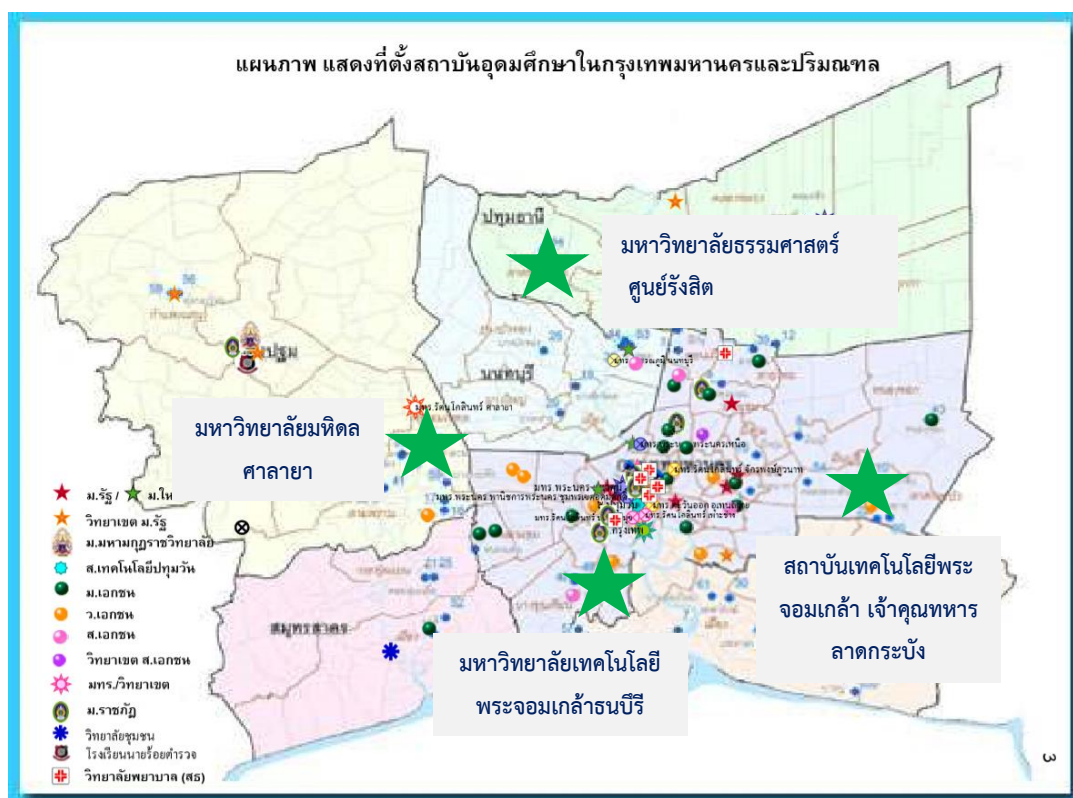


รูปภาพที่ 5 แผนผังแสดงกรอบแนวคิดในงานวิจัย

## 3.2 การเลือกพื้นที่ศึกษา / โครงการกรณีศึกษา

### 3.2.1 พื้นที่ศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่ในบริเวณโดยรอบสถานศึกษาในกำกับของรัฐที่มีจำนวนนักศึกษาสูงสุด บริเวณชานเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยที่ตั้งสถาบันอุดมศึกษาในกรุงเทพและปริมณฑลมีจำนวน 110 แห่ง และสถาบันการศึกษาขนาดใหญ่ตั้งอยู่ 4 ทิศ งานวิจัยนี้จะทำการศึกษาโซนตะวันตกเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา



รูปภาพที่ 6 ตำแหน่งมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐทั้ง 4 ทิศ

เนื่องจากการเติบโตของโซนตะวันตกตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม บริเวณมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอดโดยในปี 2557 มีโครงการเพิ่มขึ้นใหม่ถึง 26% และยังทำให้ราคาเฉลี่ยที่อยู่อาศัยทั้งย่านเพิ่มสูงขึ้นถึง 26% และในระยะเวลา 2 ปี จากปี 2559-2560 มีจำนวนโครงการในตลาดเพิ่มขึ้นอีก 25 แห่ง และแผนการลงทุนรถไฟฟ้าทั่วกรุงเทพฯและปริมณฑล ทำให้พื้นที่บริเวณศาลายามีความน่าสนใจมาก โดยรถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อนจะเป็นขบวนที่วิ่งจากศิริราช-ตลิ่งชัน-ศาลายา รวมระยะทาง 19.5 กิโลเมตร คาดว่าจะเปิดใช้ในปี 2565 ซึ่งเส้นทางนี้จะเป็นการเชื่อมศูนย์การแพทย์ทั้ง โรงพยาบาล ศิริราชรามมา และมหาลัยมหิดล ศาลายาเข้าหากัน<sup>11</sup> จะเห็นได้ว่าจำนวนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดล

<sup>11</sup> ที่มา :แนวโน้มราคาที่อยู่อาศัย ศาลายา (พุทธมณฑล สาย4-6) [ออนไลน์.] <https://bit.ly/2qoMbyM> วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561.

ศาลายา มีจำนวนมากที่สุด จำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยนักศึกษาทั้งหมดใน ปี 2560 หลักสูตรไทยมีจำนวน 27,171 คน โดยมีหลักสูตรนานาชาติประมาณ 4,000 คน และนักศึกษาต่างชาติประมาณ 1,072 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 32,243 คน ทั้งนี้ทางมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ได้มีการจัดหอพักนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยเพื่อรองรับนักศึกษา โดยแยกเป็นหอพักชายและหอพักหญิง โดยมีจำนวนหอพักในมหาวิทยาลัยดังนี้

ตารางที่ 3 จำนวนหอพักและจำนวนนักศึกษาที่ใช้บริการหอพักภายใน ม.มหิดล ศาลายา

รูปแบบหอพัก	จำนวนห้องพัก	จำนวนนักศึกษาที่รับได้
หอพักนักศึกษา ม.มหิดล (ศาลายา)	1,074	3,976
หอพักนักศึกษา วิทยาลัยนานาชาติ	45	67
หอพักนักศึกษา วิทยาลัยราชสุดา	72	72
<b>รวม</b>		<b>4,115</b>

ที่มา : ข้อมูลและสถิติประจำปี 2560 ม.มหิดล ศาลายา

เข้าถึงได้จาก [www.muhome.mahidol.ac.th](http://www.muhome.mahidol.ac.th) เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2561.

จากการค้นข้อมูลเบื้องต้นพบว่าสัดส่วนของนักศึกษาทั้งหมด เทียบกับจำนวนหอพักภายในมหาวิทยาลัย สามารถรองรับได้เพียง 4,115 คน เท่านั้น เป็นเหตุให้นักศึกษาต้องมาใช้บริการหอพักนอกมหาวิทยาลัยแทน จากการประมาณการหอพักรอบมหาวิทยาลัยรองรับจำนวนนักศึกษาได้เพียง 15,000 คน<sup>12</sup> ซึ่งในจำนวนคอนโดมิเนียมเป็นอีกทางเลือกที่รองรับที่พักรักนักศึกษา และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน

### 3.2.2 โครงการกรณีศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการศึกษาโครงการคอนโดมิเนียมเป็นกรณีศึกษา ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

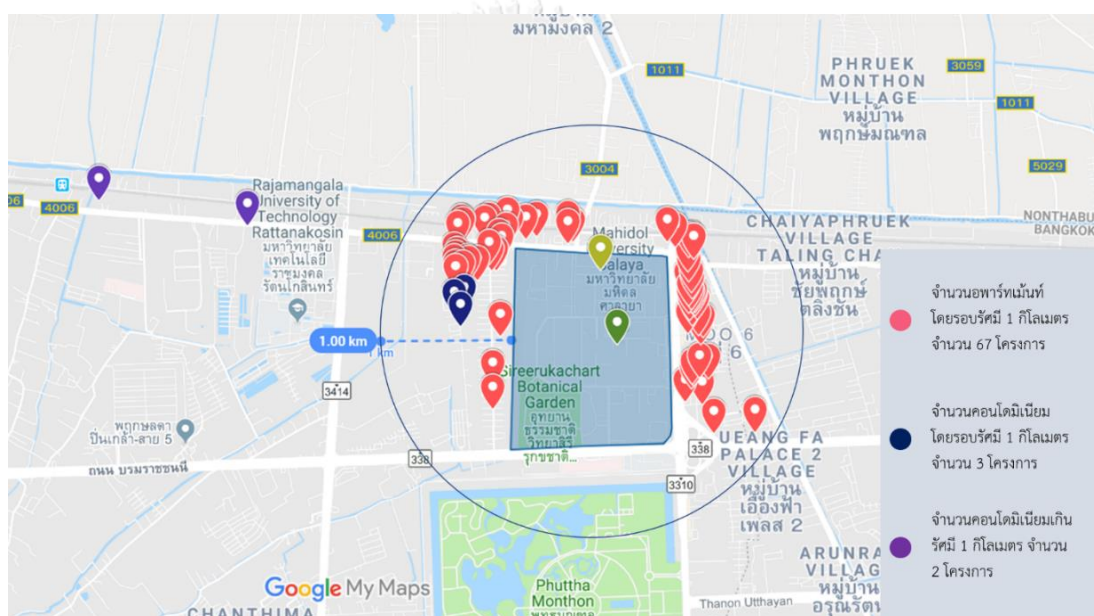
1. ใช้เวลาเดินทาง ไป-กลับ จากมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายาไปโครงการที่พัก ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 30 นาที
2. คอนโดมิเนียม ระดับราคา 1 – 2 ล้านบาท เนื่องจากอยู่ระดับที่มีความต้องการซื้อสูง
3. ลักษณะคอนโดมิเนียมแบบอาคาร 8 ชั้น เป็นไปตามกฎหมายผังเมืองบริเวณพื้นที่กำหนด

<sup>12</sup>สุนทร สวงวงศ์วิจิตร “พฤติกรรมการใช้พื้นที่ในห้องพักอาศัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ กรณีศึกษา โครงการยูนิลอฟท์ ศาลายา.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559

จากการคัดเลือกจากเกณฑ์พื้นที่ดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่ามีคอนโดมิเนียมที่เข้าเกณฑ์จำนวน 3 โครงการดังนี้

ตารางที่ 4 ข้อมูลเบื้องต้นโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ

โครงการกรณีศึกษา	ผู้ประกอบการ	ช่วงเวลาเปิดตัว	ราคาขายเฉลี่ย/ตร.ม.
ไอคอนโด ศาลายา	บมจ.พรอพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค	2556	53,000
อิลิท ศาลายา	บจก.อิลิท พลัส ดีเวลอปเม้นท์	2559	60,000
วีคอนโด ศาลายา	บจก.บัณฑิต กรุ๊ป	2560	51,000



รูปภาพที่ 7 ตำแหน่งคอนโดรอบม.มหิดล ศาลายา  
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย

1. โครงการไอคอนโด ศาลายา คอนโดสูง 8 ชั้น จำนวน 880 ยูนิต ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เป็นระยะทาง 1.00 กิโลเมตร ราคาเริ่มต้น 1.59 ล้านบาท ที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในซอยตั้งสิน ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม จะเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ใจกลางเมืองแต่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตในพื้นที่ที่ดีขึ้นหลังจากที่มีศูนย์การค้าเปิด โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ไม่ไกลทั้งโรงพยาบาล ศูนย์การแพทย์ สถาบันการศึกษา และศูนย์การค้า

2. โครงการอิลิท ศาลายา คอนโดสูง 8 ชั้น จำนวน 372 ยูนิต ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เป็นระยะทาง 1.00 กิโลเมตร ราคาเริ่มต้น 1.79 ล้านบาท ที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในซอยตั้งสิน ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม จะเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ใจกลางเมืองแต่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตในพื้นที่ที่ดีขึ้น

หลังจากที่มีศูนย์การค้าเปิด โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ไม่ไกลทั้งโรงพยาบาล ศูนย์การแพทย์ สถาบันการศึกษา และศูนย์การค้า

3. โครงการวีคอนโด ศาลายา คอนโดสูง 8 ชั้น จำนวน 910 ยูนิต ตั้งอยู่ใกล้ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เป็นระยะทาง 1.10 กิโลเมตร ราคาเริ่มต้น 1.55 ล้านบาท ที่ตั้ง โครงการนั้น ตั้งอยู่ในซอยตั้งสิน ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม จะเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ใจกลางเมืองแต่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตในพื้นที่ที่ดีขึ้นหลังจากที่มีศูนย์การค้าเปิด โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ไม่ไกลทั้งโรงพยาบาล ศูนย์การแพทย์ สถาบันการศึกษา และศูนย์การค้า

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดประชากร คือจำนวนยูนิตที่เปิดขายในโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิทธิ ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา จำนวน 2,162 ยูนิต และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 433 ตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์ร้อยละ 20 วาโร เฟ็งส์วีสต์ (2553) (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 สรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัย

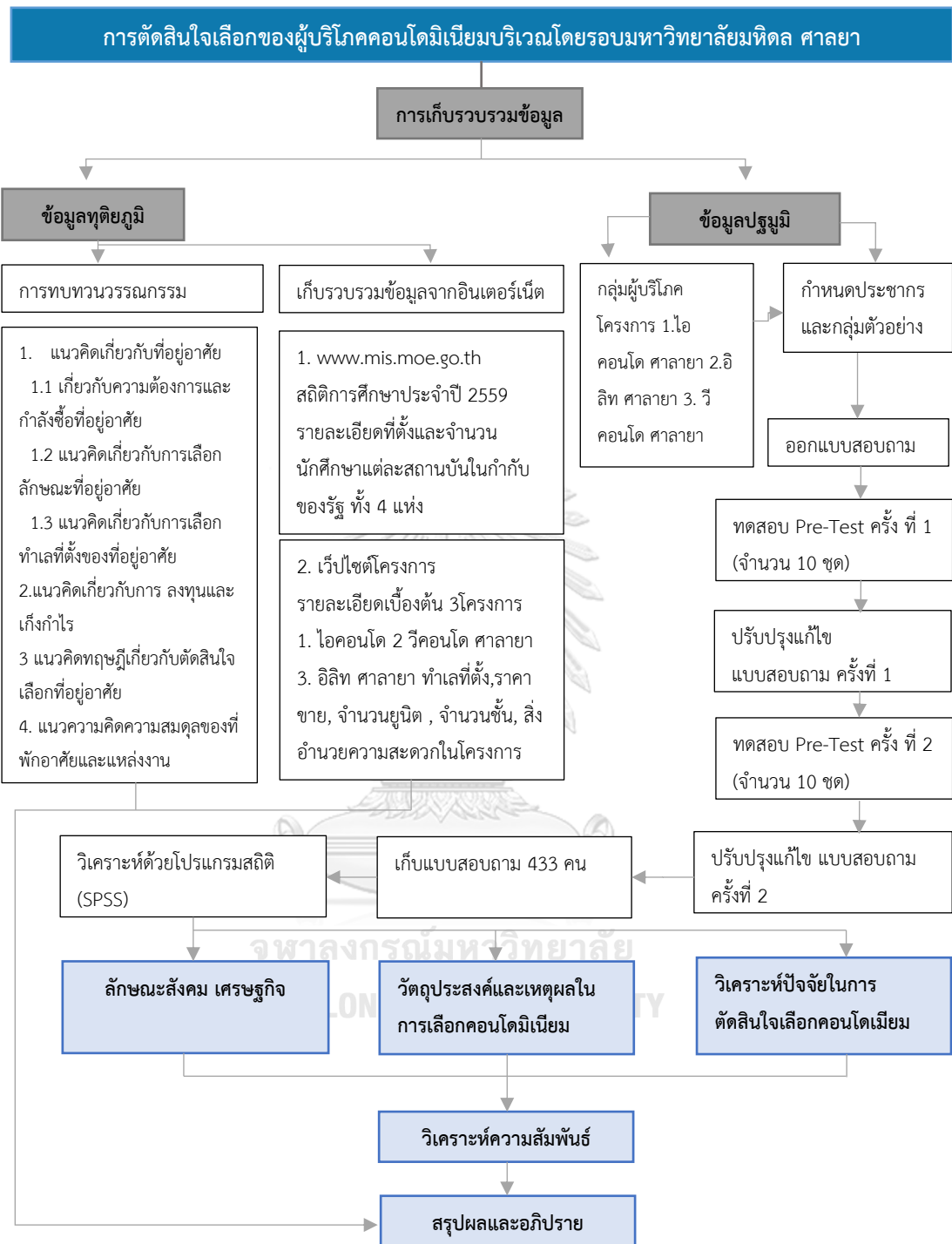
โครงการกรณีศึกษา	จำนวนประชากร (ยูนิตที่ขาย)	กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 20
วีคอนโด ศาลายา	910	182
ไอคอนโด ศาลายา	880	175
อิทธิ ศาลายา	372	76
<b>รวม</b>	<b>2,162</b>	<b>433</b>

### 3.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ในขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยทำการศึกษาข้อมูลโครงการกรณีศึกษา จำนวนยูนิตขายทั้งหมดของทั้ง 3 โครงการ เพื่อจะนำไปกำหนดกลุ่มตัวอย่างและทำ แบบสอบถาม โดยในขั้นตอนการทำแบบสอบถามได้มีการทดสอบก่อนทำแบบสอบถามจริง (Pretest) เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้กระชับและเข้าใจง่ายขึ้น และในระหว่างปรับปรุง แบบสอบถามได้ทำหนังสือขออนุญาตเพื่อเข้าเก็บข้อมูล

โดยภายหลังจากการเก็บข้อมูลแล้วจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติ (SPSS) และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ เพื่อสรุปผลการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัย ดังนี้



รูปภาพที่ 8 กระบวนการดำเนินงานวิจัย



### 3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ และ ข้อมูลปฐมภูมิ มีรายละเอียดดังนี้

#### 1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

- ศึกษาแนวคิดทฤษฎี บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากสื่อ ผู้วิจัย เก็บ และรวบรวมไว้เกี่ยวกับคอนโดมิเนียมใกล้สถานศึกษา ลักษณะตลาด ราคา รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนประชากรของนักศึกษาในแต่ละโซน เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อตัดสินใจเลือก รวมถึงศึกษาลักษณะรายได้ และ สังคมของประชากร ซึ่งใช้เป็นข้อมูลร่วมกับข้อมูลข้างต้นในการพิจารณา

#### 1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Method) รวบรวมแบบสอบถามเก็บข้อมูลด้านลักษณะลักษณะเศรษฐกิจ สังคม ที่อยู่อาศัยเดิมของผู้บริโภค กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบสถานศึกษา จากนั้นทดสอบแบบสอบถามจำนวน 433 ชุด โดยเลือกทดสอบโครงการตามสัดส่วนประชากร

1) สํารวจข้อมูลจำนวนห้องขายของโครงการกรณีศึกษา โครงการไอคอนโด ศาลยา โครงการอิทธิศาลยา และโครงการวีคอนโด ศาลยา โดยวิธีการสอบถามที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายโครงการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

2) เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบทดสอบก่อนทำแบบสอบถามจริง (Pre-test) ครั้งที่ 1 จำนวน 10 ชุด เพื่อทดสอบกลุ่มตัวอย่าง และขอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ข้อเสนอแนะจากการ Pre-test ครั้งที่ 1 ให้กระชับมากขึ้น และนำไป Pre-test ครั้งที่ 2 จำนวน 10 ชุด

4) เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบทดสอบก่อนทำแบบสอบถามจริง (Pre-test) ครั้งที่ 2 จำนวน 10 ชุด เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างและขอข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

5) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ข้อเสนอแนะจากการ Pre-test ครั้งที่ 2

6) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 433 ชุด ในกลุ่มผู้อยู่อาศัยของโครงการไอคอนโด ศาลยา โครงการอิทธิ ศาลยา และโครงการวีคอนโด ศาลยา

### 3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือโดยการแจกแบบสอบถาม และแบบสอบถามได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เลือกซื้อคอนโดมิเนียม และกลุ่มผู้เลือกเช่าคอนโดมิเนียม ใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลยา โดยผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของ



งานวิจัย รวมถึงมีการทดสอบ แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างก่อนทำการเก็บข้อมูลจริง เพื่อปรับปรุงให้เข้าใจง่ายและตรงตาม วัตถุประสงค์ของงานวิจัย มีรายละเอียดแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

### (1) กลุ่มผู้เลือกซื้อคอนโดมิเนียม

ในกลุ่มผู้เลือกซื้อคอนโดมิเนียม ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนและกำหนดตัวแปรในงานวิจัยดังนี้

**ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านสังคม เศรษฐกิจ ที่อยู่อาศัย** ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ อันได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือน ประเภทที่อยู่อาศัยเดิม ลักษณะการครอบครอง การเดินทางไปศึกษา/ทำงาน ระยะเวลาในการเดินทาง

**ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมใกล้มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา** ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ราคาขาย ราคาเช่า สภาพแวดล้อมโดยรอบ สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบห้อง ขนาดห้อง โปรโมชันสนับสนุนการขาย

**ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัย** ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ชื่อเพื่ออยู่อาศัย ชื่อเพื่อเป็นทรัพย์สิน ชื่อเพื่อเก็งกำไร ปัจจัยและเหตุผลในการเลือก การแปรผลของความคิดเห็นพิจารณาจากค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของเบสต์ (Best 1981, p.82) มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง สูงที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง สูง

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

### (2) กลุ่มผู้เลือกเช่าคอนโดมิเนียม

ในกลุ่มผู้เลือกซื้อคอนโดมิเนียม ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนและกำหนดตัวแปรในงานวิจัยดังนี้

**ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านสังคม เศรษฐกิจ ที่อยู่อาศัย** ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ อันได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือน ประเภทที่อยู่อาศัยเดิม ลักษณะการครอบครอง การเดินทางไปศึกษา/ทำงาน ระยะเวลาในการเดินทาง

**ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกเช่าคอนโดมิเนียมใกล้มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา** ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ราคาขาย ราคาเช่า สภาพแวดล้อมโดยรอบ สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบห้อง ขนาดห้อง

**ส่วนที่ 3 วิเคราะห์การตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้เช่า** ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ เช่าเพื่อพักอาศัยขณะศึกษาต่อ เช่าเพื่อทำงาน ปัจจัยและเหตุผลในการเลือก การแปรผลของความคิดเห็นพิจารณาจากค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของเบสต์ (Best 1981, p.82) มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง สูงที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง สูง

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

### 3.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ (SPSS) โดยมีการวิเคราะห์ 2 ลักษณะ คือการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา, การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังนี้

#### 1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางสังคมเศรษฐกิจ ประเภทผู้อาศัยและวัตถุประสงค์การเลือกคอนโดมิเนียมโดยนำมาแจกแจง จำนวนความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ปัจจัยการเลือกคอนโดมิเนียมโดยจำแนกข้อมูลจากประเภทผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าด้วยจำนวนค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์วิเคราะห์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียมและลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา โดยใช้การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ด้วยการทำตารางไขว้ (Cross-Tabulation)

### 3.4.4 การนำเสนอ สรุปผล และเสนอแนะ

(1) รวบรวมรายละเอียดที่ได้จากการศึกษาทางโปรแกรมทางสถิติ (SPSS) เพื่อหาความสัมพันธ์และแยกประเภทผู้ซื้อและเช่าตามวัตถุประสงค์การเลือกคอนโดมิเนียม

(2) นำเสนอข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ด้วยการแสดงผลเป็นร้อยละและการบรรยายเชิงวิเคราะห์ พร้อมข้อเสนอแนะ

(3) สรุปความสัมพันธ์และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะผู้ซื้อหรือผู้เช่า วัตถุประสงค์กับปัจจัยในการเลือกคอนโดมิเนียมมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายาจากโปรแกรมวิเคราะห์ความสัมพันธ์

(4) สรุปผลและเสนอข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในงานวิจัยครั้งต่อไป

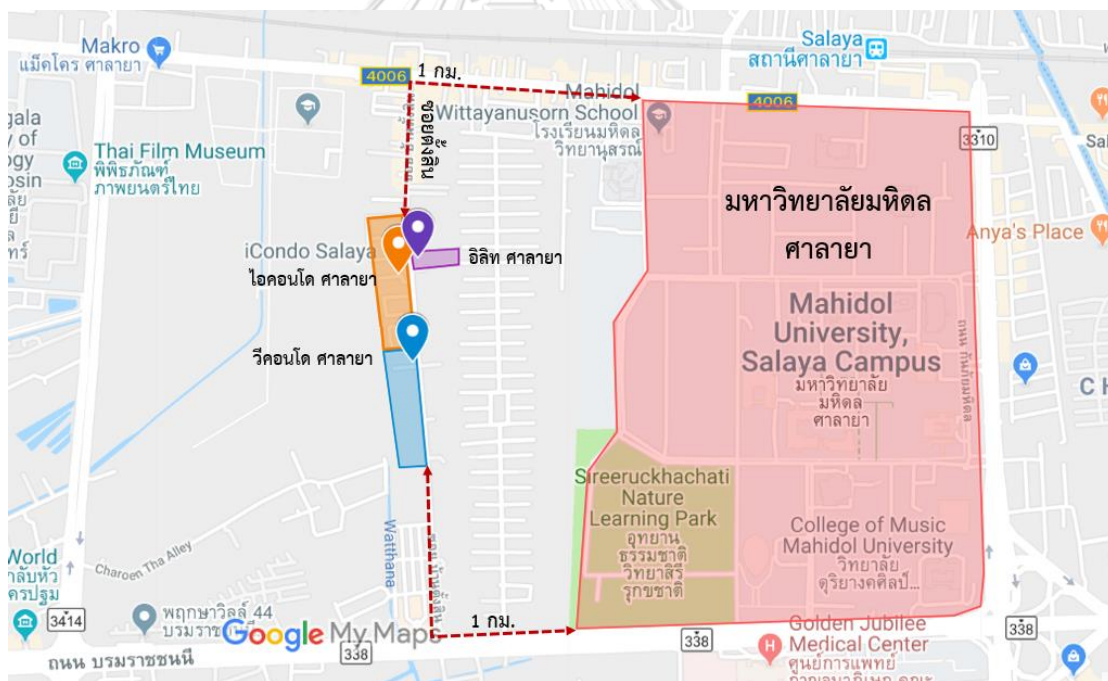
## บทที่ 4

### ลักษณะโครงการกรณีศึกษา

ในบทนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ที่ตั้งและข้อมูลเบื้องต้นโครงการกรณีศึกษาคอนโดมิเนียม โดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีโครงการกรณีศึกษา โครงการไอคอนโดศาลายา โครงการอิลิทศาลายา และโครงการวีคอนโดศาลายา โครงการคอนโดมิเนียมทั้ง 3 โครงการตั้งอยู่ในรัศมีภายใน 1.5 กิโลเมตร จากมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา โดยสภาพโดยรอบมีจำนวนอพาร์ทเมนท์โดยรายล้อมมากมายกว่า 67 โครงการ

#### 4.1 ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

จากแผนที่จะเห็นได้ว่าโครงการ ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายาโดยห่างจากประตูที่ 6 ด้านทิศเหนือของมหาวิทยาลัยเป็นระยะ 1 กิโลเมตร



รูปภาพที่ 9 แผนที่โครงการกรณีศึกษา

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย

## สำรวจย่านศาลายา

**สถานศึกษา ย่านศาลายา**

1. ม.มหิดล
2. รร.มหิดลวิทยานุสรณ์
3. สถานันไม้นักฟุตบอลศิริราช
4. ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
5. รร.วิจิตรศิลป์นานาชาติ

**แหล่งช้อปปิ้ง ย่านศาลายา**

1. The Brio
2. หุยก้อนเกตุ
3. China Town ศาลายา
4. Malco
5. The Salaya Mall
6. Lotus
7. ตลาดน้ำดอนหวาย
8. Home Pro
9. Central ศาลายา

- มีนักเรียน นักศึกษา > 250,000 คน
- 700,000 ครัวเรือน
- รองรับการไฟฟ้าส่วนต่อขยาย สายสีแกงอ่อน ช่วง ฤกษ์ขึ้น - ศาลายา กำหนดเสร็จปี 2563
- อุดมไปด้วยแหล่งช้อปปิ้งและสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย

## ช.ตั้งสิน แหล่งรวมนักศึกษา ย่านศาลายา

Miracle Place (Apartment)

Mini Big C

The September Salaya (Apartment)

Sukhontha (Apartment)

Bundit House (Apartment)

Bundit Home (Apartment)

Bundit Castle (Apartment)

Bundit Parlor (Apartment)

Bundit Place (Apartment)

V Condo (Condo ใหม่ล่าสุด ในย่านศาลายา)

I Condo 2 (Condominium)

I Condo (Condominium)

Elite salaya (Condominium)

Uniloft Salaya (Apartment)

Siriphat (Apartment)

- มีวินจักรยานยนต์รับจ้าง , Taxi และ Shutter Bus รับส่งของแต่ก็สะดวก
- อุดมไปด้วยร้านค้า,ร้านสะดวกซื้อ ตลอด 24 ชั่วโมง
- โนชอยมี ร้านกาแฟ / ร้านกาแฟ สำหรับให้นักศึกษานั่งอ่านหนังสือ
- ร้านค้า / ร้านอาหาร มีอยู่ในบริเวณกันขอย นอกเหนือจากนั้น จะกระจายอยู่ตามบริเวณในอาคารพักอาศัย
- ร้าน Too Fast To Sleep สำหรับนั่งชิวและอ่านหนังสือยามดึก

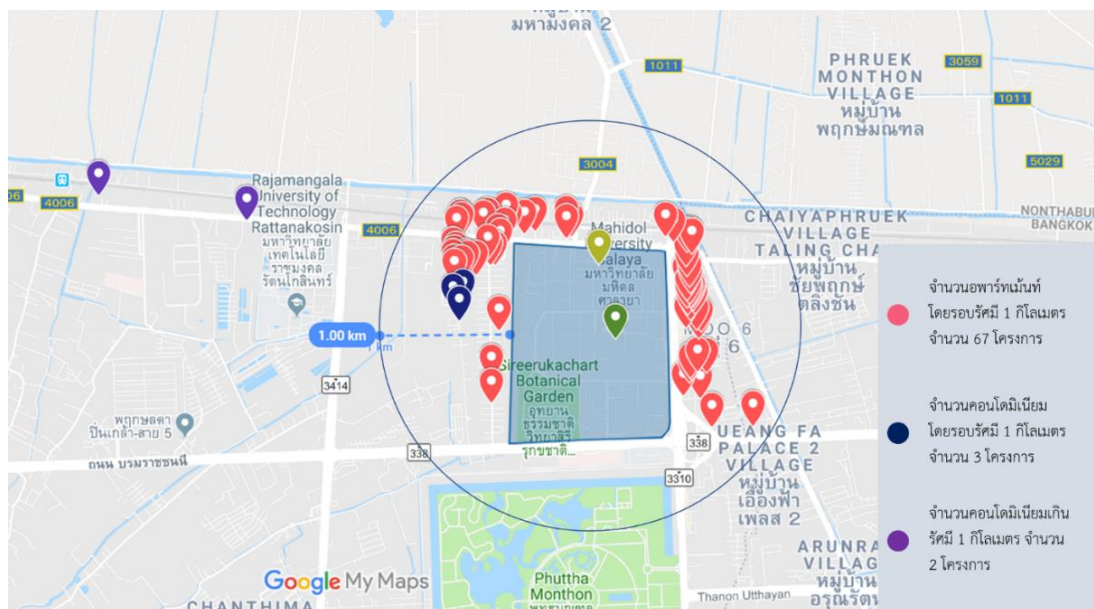
รูปภาพที่ 10 สภาพแวดล้อมโดยรอบ

ที่มา : [www.realist.com](http://www.realist.com)

รายการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตั้งอยู่ใกล้โครงการกรณีตัวอย่างทั้ง 3 โครงการ

- |                             |           |                                     |           |
|-----------------------------|-----------|-------------------------------------|-----------|
| 1. มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา  | : 1 กม.   | 2. 7-11                             | : 100 ม.  |
| 3. ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีมินิ | : 450 ม.  | 4. ห้างสรรพสินค้าโลตัสมินิ          | : 800 ม.  |
| 5. ตลาดใหม่ศาลายา           | : 1 กม.   | 6. ห้างสรรพสินค้าแมกโคร             | : 1 กม.   |
| 7. โรงพยาบาลศาลายา          | : 1.6 กม. | 8. ม.เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี        | : 1.9 กม. |
| 9. ร.ร.มหิดลวิทยานุสรณ์     | : 1.2 กม. | 10. ห้างสรรพสินค้า เดอะ ศาลายามอลล์ | : 2.5 กม. |
| 11. สถานีรถไฟศาลายา         | : 2.8 กม. | 12. ห้างสรรพสินค้าโฮมโปร            | : 3.5 กม. |
| 13. โลตัส ศาลายา            | : 2.6 กม. | 14. เซ็นทรัล ศาลายา                 | : 5.5 กม. |

จากการสำรวจข้อมูลพาร์ทเมนท์ในรัศมี 1.5 กิโลเมตร โดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา พบว่ามีจำนวน 67 โครงการ จำนวนห้องพักโดยประมาณ 15,000 ห้อง ราคาเช่า 5,500 -15,000 บาท/เดือน



รูปภาพที่ 11 ตำแหน่งคอนโดและพาร์ทเมนท์โดยรอบมหิดล ศาลายา  
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย

## 4.2 ลักษณะโครงการกรณีศึกษา

### 4.2.1 โครงการไอคอนโด ศาลายา

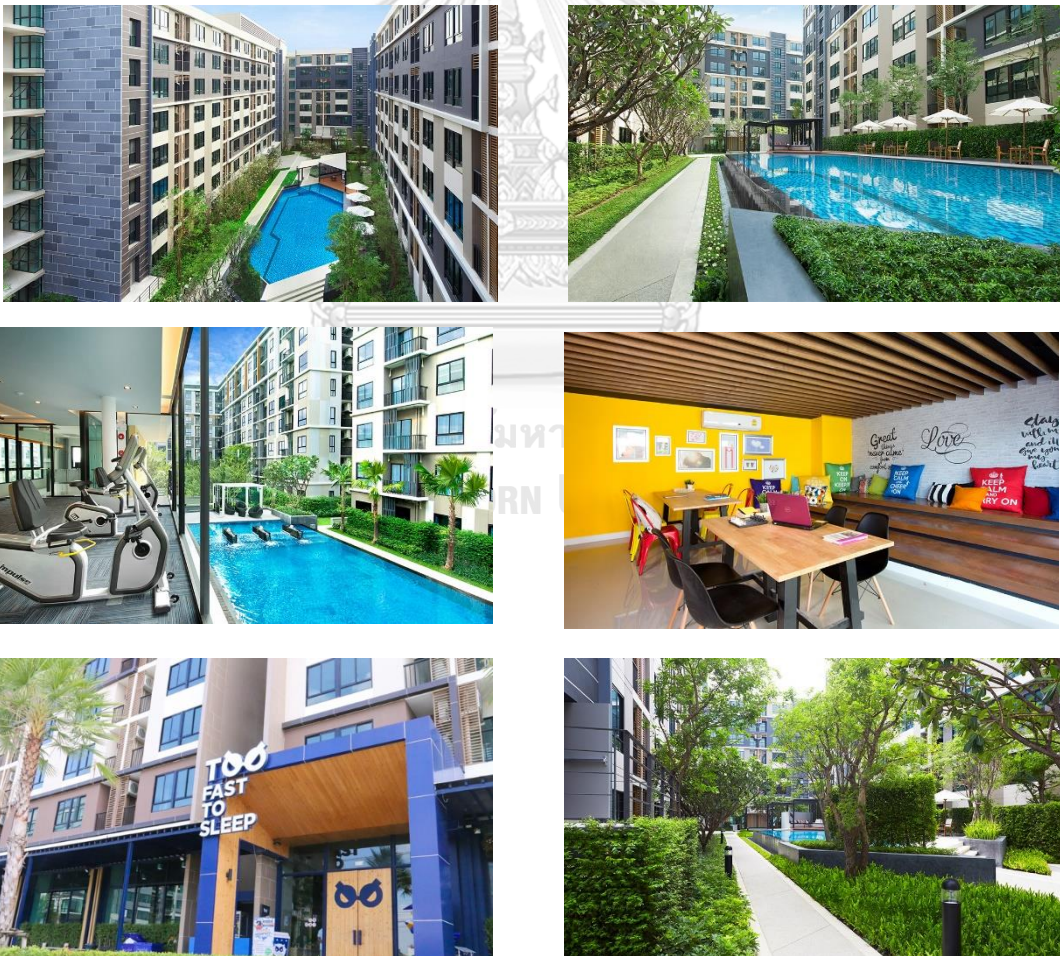
ตั้งอยู่ซอยตั้งสิน บนถนนศาลายา-นครชัยศรี ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม ใกล้กับมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ซึ่งทำเลที่ตั้งนี้มีความเหมาะสมสำหรับการพักอาศัย เดินทางสะดวก รายล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น คอมมูนิตี้มอลล์ , ศาลายา มอลล์, ตลาดสด, แมกโคร, บริโอ มอลล์, เทสโก้โลตัส , และเซ็นทรัล ศาลายา เปิดให้บริการอยู่ ทำให้ทำเลแห่งนี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน

ตารางที่ 6 ข้อมูลโครงการไอคอนโด ศาลายา

รายละเอียด	ไอคอนโด ศาลายา
เปิดขาย	2013
ราคาขายเริ่ม	1.59 ลบ.
ราคาต่อตารางเมตร	56,000 บ/ตร.ม.
ขนาดที่ดิน	9-3-38.5 ไร่
ระยะทางห่างจากมหาวิทยาลัย	1.00 กิโลเมตร
เจ้าของโครงการ	บมจ. พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค
จำนวนชั้น	Low Rise 8 ชั้น
จำนวนอาคาร	8 อาคาร

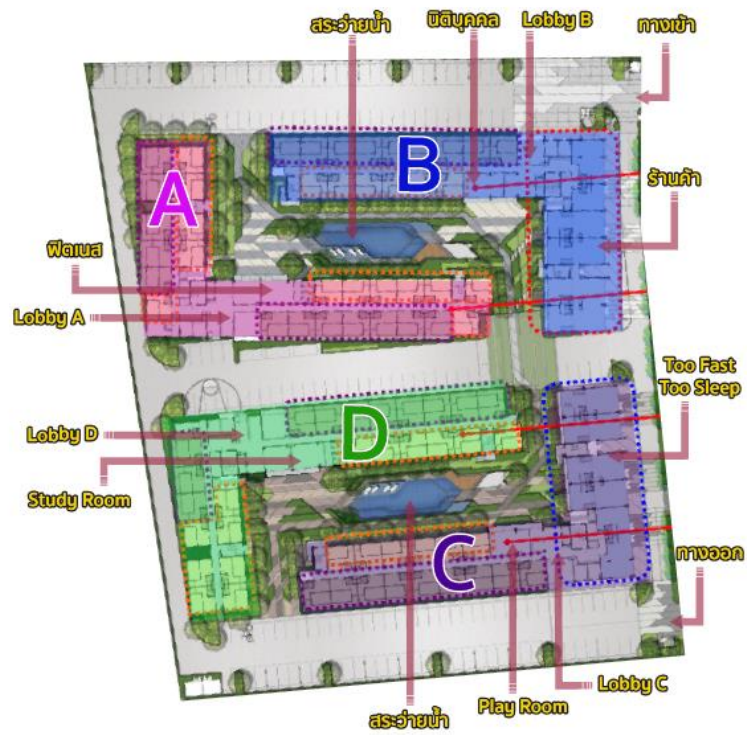


จำนวนยูนิต	880
ที่จอดรถ	ร้อยละ 23
ขายแล้ว (%)	616
ค่าเช่าเริ่มต้น	7,500/เดือน
ขนาดห้อง	1 ห้องนอน 23 – 40 ตร.ม. และ 2 ห้องนอน 34-50 ตร.ม
สิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สระว่ายน้ำ</li> <li>● ฟิตเนส</li> <li>● สวน</li> <li>● WIFI</li> <li>● Shuttle Bus (เสียค่าบริการ)</li> <li>● เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และกล้องวงจรปิด</li> <li>● Too fast to sleep</li> <li>● ห้องซักผ้าหยอดเหรียญ</li> </ul>



รูปภาพที่ 12 โครงการไอคอนโด ศาลายา

ที่มา : [www.pf.co.th](http://www.pf.co.th)



รูปภาพที่ 13 ผังรวมโครงการไอคอนโด ศาลายา  
ที่มา : [www.pf.co.th](http://www.pf.co.th)



1 ห้องนอน 24 ตารางเมตร



1 ห้องนอน 27 ตารางเมตร



1 ห้องนอน 30 ตาราง



2 ห้องนอน 45 ตารางเมตร

รูปภาพที่ 14 ผังห้อง  
ที่มา : [www.pf.co.th](http://www.pf.co.th)

#### 4.2.2 โครงการอิลิท ศาลายา

ตั้งอยู่ซอยตั้งสิน บนถนนศาลายา-นครชัยศรี ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม ซึ่งเป็นซอยที่เชื่อมถนนศาลาธรรมสพน์และถนนบรมราชชนนีเข้าด้วยกัน การเข้าถึงโครงการนี้จึงสามารถเข้าได้ทั้ง 2 ทาง และสามารถไปมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา และเซ็นทรัล ศาลายา เป็นกลุ่มคอนโดอาคารสูง 8 ชั้น ที่จะมีทั้งหมด 2 อาคาร จำนวนทั้งหมด 372 ยูนิต

ตารางที่ 7 ข้อมูลโครงการอิลิท ศาลายา

รายละเอียด	อิลิท ศาลายา
เปิดขาย	2016
ราคาขายเริ่ม	1.50 ลบ.
ราคาต่อตารางเมตร	60,000 บ/ตร.ม.
ขนาดที่ดิน	3-0-0 ไร่
ระยะทางห่างจากมหาวิทยาลัย	1.00 กิโลเมตร
เจ้าของโครงการ	บจก. อิลิท พลัส ดีเวลลอปเม้นท์
จำนวนชั้น	Low Rise 8 ชั้น
จำนวนอาคาร	2 อาคาร
จำนวนยูนิต	<b>372</b>
ที่จอดรถ	ร้อยละ 27
ขายแล้ว (%)	316
ค่าเช่าเริ่มต้น	7,500/เดือน
ขนาดห้อง	1 ห้องนอน 25 – 40 ตร.ม. 1 ห้องนอน Plus 30 ตร.ม. 2 ห้องนอน 34-50 ตร.ม.
สิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สระว่ายน้ำ</li> <li>● ฟิตเนส</li> <li>● Lobby</li> <li>● Roof</li> <li>● สวน</li> <li>● ร้านค้า 3 ร้าน</li> <li>● Pocket zone</li> <li>● Pavilion</li> <li>● Street Basketball</li> <li>● ห้องซักผ้าหยอดเหรียญ,สวนหย่อมรอบโครงการ</li> <li>● ระบบ CCTV / Access Card ที่ป้อมยาม</li> <li>● Shuttle Service</li> </ul>

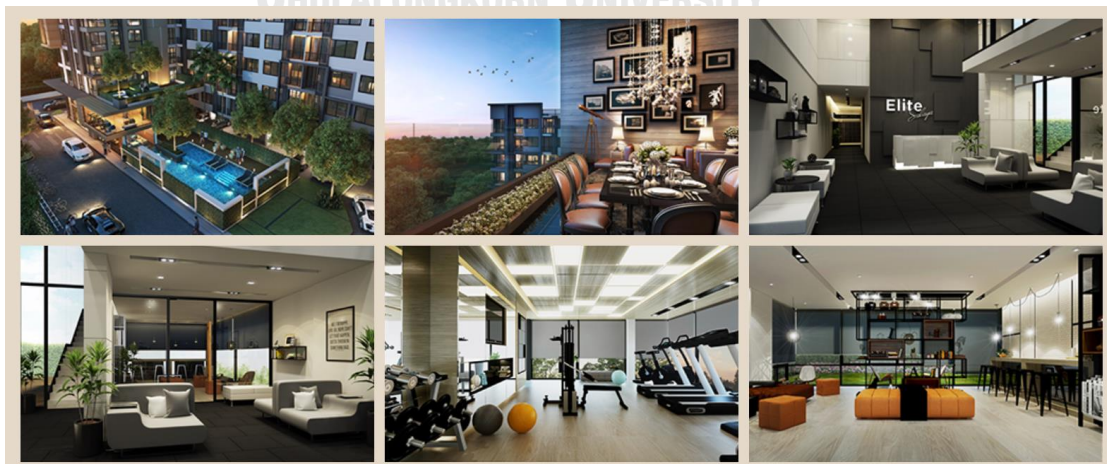




รูปภาพที่ 15 โครงการอิลิท ศาลายา  
ที่มา : <http://www.elite-salaya.com/#project>



รูปภาพที่ 16 ผังรวมโครงการอิลิท ศาลายา  
ที่มา : <http://www.elite-salaya.com>



รูปภาพที่ 17 สิ่งอำนวยความสะดวกโครงการอิลิท ศาลายา  
ที่มา : <http://www.elite-salaya.com>

#### 4.2.3 โครงการวีคอนโด ศาลายา

ตั้งอยู่ซอยตั้งสิน บนถนนศาลายา-นครชัยศรี ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม ซึ่งเป็นซอยที่เชื่อมถนนศาลาธรรมสพน์และถนนบรมราชชนนีเข้าด้วยกัน การเข้าถึงโครงการนี้จึงสามารถเข้าได้ทั้ง 2 ทาง และสามารถไปมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา และเซ็นทรัล ศาลายา เป็นกลุ่มคอนโดอาคารสูง 8 ชั้น ที่จะมีทั้งหมด 13 อาคาร จำนวนทั้งหมด 910 ยูนิต จำนวนห้องแต่ละอาคาร เท่ากันคือ 70 ยูนิต ต่ออาคาร

ตารางที่ 8 ข้อมูลโครงการวีคอนโด ศาลายา

รายละเอียด	วีคอนโด ศาลายา
เปิดขาย	2017
ราคาขายเริ่ม	1.56 ลบ.
ราคาต่อตารางเมตร	51,800 บ/ตร.ม.
ขนาดที่ดิน	12-2-34 ไร่
ระยะทางห่างจากมหาวิทยาลัย	1.10 กิโลเมตร
เจ้าของโครงการ	บจก. บัณฑิต กรุ๊ป
จำนวนชั้น	Low Rise 8 ชั้น
จำนวนอาคาร	15 อาคาร
จำนวนยูนิต	910
ที่จอดรถ	<b>ร้อยละ 100</b>
ขายแล้ว (%)	420
ค่าเช่าเริ่มต้น	7,500/เดือน
ขนาดห้อง	1 ห้องนอน 32.58 – 37.74 ตร.ม. และ 2 ห้องนอน 48.78 – 51.87 ตร.ม.
สิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สระว่ายน้ำ</li> <li>● ฟิตเนส</li> <li>● โยคะรูม</li> <li>● Lobby</li> <li>● ห้องสมุด อ่านหนังสือ</li> <li>● คาเฟ่</li> <li>● ห้องประชุม</li> <li>● สวน</li> <li>● ร้านค้า 3 ร้าน</li> <li>● คาร์แคร์</li> <li>● ห้องซักผ้าหยอดเหรียญ,</li> <li>● ระบบ CCTV / Access Card ที่ป้อมยาม</li> <li>● Shuttle Service</li> </ul>



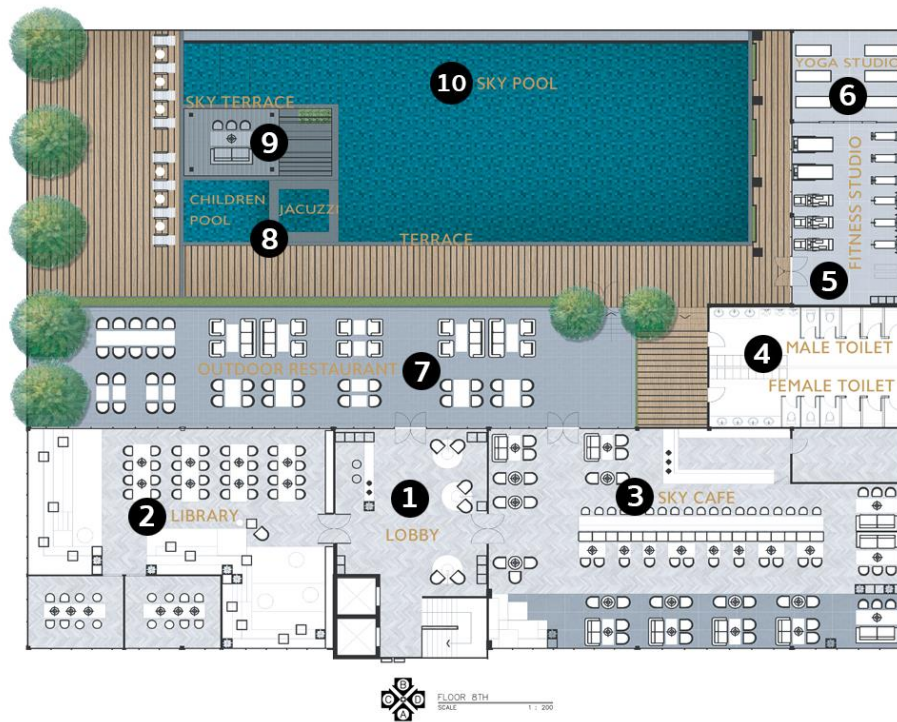
รูปภาพที่ 18 โครงการวีคอนโด ศาลายา  
ที่มา : [www.v-comdominium.com](http://www.v-comdominium.com)



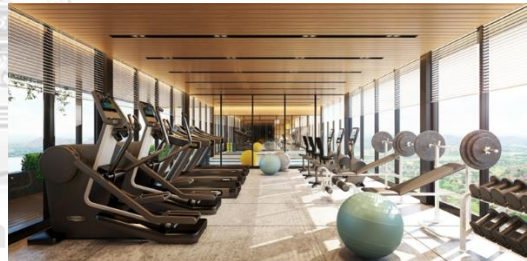
รูปภาพที่ 19 ผังโครงการวีคอนโด ศาลายา  
ที่มา : [www.v-comdominium.com](http://www.v-comdominium.com)

อาคาร V Community เป็นอาคาร 9 ชั้น ซึ่งชั้นล่างจะเป็นที่จอดรถทั้งหมด มีพื้นที่จอดรถถึง 910 คัน (ที่ยังไม่รวมซ้อนคัน) มีสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ชั้น 9 ของอาคาร รายละเอียดดังภาพต่อไปนี้





รูปภาพที่ 20 ฟังก์ชันอำนวยความสะดวก  
ที่มา : [www.v-comdominium.com](http://www.v-comdominium.com)



CHULALONGKORN UNIVERSITY



รูปภาพที่ 21 สิ่งอำนวยความสะดวกโครงการวีคอนโด ศาลา  
ที่มา : [www.v-comdominium.com](http://www.v-comdominium.com)

### 4.3 เปรียบลักษณะโครงการกรณีศึกษา

จากการข้อมูลข้างต้น สรุปลักษณะโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ คือ ตั้งอยู่บนทำเลที่เข้าออกได้ 2 ทาง อยู่บนซอยตั้งสินทั้ง 3 โครงการที่มีระยะห่างจากมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา 1 กิโลเมตร รายล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งการเดินทาง และการใช้ชีวิต เป็นอาคารสูง 8 ชั้น ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็น 1 ห้องนอน ขนาดหนึ่งห้องนอนเฉลี่ย 30 ตารางเมตร สองห้องนอนเฉลี่ย 50 ตารางเมตร เป็นต้น ราคาเฉลี่ย 55,900 บาท/ตารางเมตร ค่าส่วนกลางเฉลี่ยอยู่ที่ 35 บาท/ตารางเมตร/เดือน ค่ากองทุนรวมสะสมเฉลี่ยอยู่ที่ 350 บาท/ตารางเมตร ทั้งนี้จุดเด่นของแต่ละโครงการนั้นแตกต่างกันออกไปคือโครงการไอคอนโด ศาลายา มี Co-working Space 24 ชม. ผู้พัฒนาโครงการมีความน่าเชื่อถือเพราะเนื่องจากเป็นบริษัทมหาชนแต่โครงการเปิดขายมาก่อนข้างนานหลายปี จึงมีความเสื่อมสภาพตามเวลา โครงการอิลิท ศาลายา มียูนิตน้อยมีความเป็นส่วนตัวสูง และมีการออกแบบของรูปแบบอาคารที่ทันสมัย และโครงการวิคอนโด ศาลายามีที่จอดรถครบทุกยูนิต เป็นโครงการที่เปิดตัวล่าสุดยังคงมีความใหม่ทั้งพื้นที่อยู่อาศัยและส่วนอำนวยความสะดวก โครงการทั้ง 3 แห่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากทั้งหมดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคบริเวณพื้นที่นี้

จากข้อมูลโครงการกรณีศึกษา โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวิคอนโด ศาลายา ผู้วิจัยจึงได้เปรียบเทียบรายละเอียดโครงการทั้ง 3 โครงการดังนี้

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบรายละเอียดโครงการกรณีศึกษา

รายละเอียด	ไอคอนโด ศาลายา	อิลิท ศาลายา	วิคอนโด ศาลายา
เปิดขาย	ปี 2013	ปี 2016	ปี 2017
ที่ตั้งโครงการ	ซอยตั้งสิน	ซอยตั้งสิน	ซอยตั้งสิน
ระยะห่างจากม.มหิดล	1.00 กิโลเมตร	1.00 กิโลเมตร	1.00 กิโลเมตร
เจ้าของโครงการ	บมจ. พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค	บจก.อิลิทพลัส ดีเวลลอปเม้นท์	บจก. บัณฑิต กรุ๊ป
ขนาดที่ดิน	9-3-38.5 ไร่	3-0-0 ไร่	12-2-34 ไร่
จำนวนอาคาร	8 อาคาร	2 อาคาร	15 อาคาร
จำนวนชั้น	Low Rise 8 ชั้น	Low Rise 8 ชั้น	Low Rise 8 ชั้น
จำนวนยูนิต	880	372	910
ขนาดห้อง	1 ห้องนอน 23 – 40 ตร.ม. 2 ห้องนอน 34-50 ตร.ม	1 ห้องนอน 25 – 40 ตร.ม. 1 ห้องนอน Plus 30 ตร.ม. 2 ห้องนอน 34-50 ตร.ม	1 ห้องนอน 32.58–37.74 ตร.ม. 2 ห้องนอน 48.78–51.87 ตร.ม.
ราคาขายเริ่ม	1.59 ลบ.	1.50 ลบ.	1.56 ลบ.
ค่าเช่าเริ่มต้น	7,000/เดือน	7,000/เดือน	7,000/เดือน
ราคาต่อตารางเมตร	56,000 บ/ตร.ม.	60,000 บ/ตร.ม.	51,800 บ/ตร.ม.
ขายแล้ว (%)	616	316	420
ที่จอดรถ	ร้อยละ 23	ร้อยละ 27	ร้อยละ 100
สิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สระว่ายน้ำ</li> <li>• ฟิตเนส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สระว่ายน้ำ</li> <li>• ฟิตเนส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สระว่ายน้ำ</li> <li>• ฟิตเนส</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สวน</li> <li>● <b>Too fast to sleep</b></li> <li>● ห้องซักรีดหยอดเหรียญ</li> <li>● Shuttle Bus (เสียค่าบริการ)</li> <li>● WIFI</li> <li>● เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และกล้องวงจรปิด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สวน</li> <li>● Pocket zone</li> <li>● ห้องซักรีดหยอดเหรียญ</li> <li>● Shuttle Service</li> <li>● Lobby</li> <li>● ร้านค้า 3 ร้าน</li> <li>● Roof</li> <li>● Pavilion</li> <li>● Street Basketball</li> <li>● ระบบ CCTV / Access Card ที่ป้อมยาม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สวน</li> <li>● ห้องสมุด อ่านหนังสือ</li> <li>● ห้องซักรีดหยอดเหรียญ</li> <li>● Shuttle Service</li> <li>● Lobby</li> <li>● ร้านค้า</li> <li>● โยคะรูม</li> <li>● คาเฟ่</li> <li>● ห้องประชุม</li> <li>● คาร์แคร์</li> <li>● ระบบ CCTV / Access Card ที่ป้อมยาม</li> </ul>
--	---	---	--



## บทที่ 5

### ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบ มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา

จากการศึกษาผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลสังคม เศรษฐกิจ และลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน รวมถึงวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่าคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา จำนวน 3 โครงการได้แก่ โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 433 ชุด ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### 5.1 ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ และที่อยู่อาศัยเดิมของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

##### 5.1.1 จำนวนกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

##### 5.1.2 ลักษณะทางสังคม

##### 5.1.3 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

##### 5.1.4 ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม

#### 5.2 วัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา

##### 5.2.1 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม

##### 5.2.2 วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่าคอนโดมิเนียม

#### 5.3 ปัจจัยในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา ของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

#### 5.4 ผู้ที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

#### 5.5 ระยะเวลาในการพักอาศัยอยู่ในโครงการกรณีศึกษาของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

### 5.1 ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ และที่อยู่อาศัยเดิมของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

#### 5.1.1 จำนวนผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 โครงการ พบว่าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้ซื้อและผู้เช่า ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ 54:46

จากการวิเคราะห์ผู้ซื้อโครงการคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา โดยจะขอเรียกกลุ่มตัวอย่างนี้ว่า “กลุ่มผู้ซื้อ” ได้แก่โครงการไอคอนโดศาลายาโครงการอิลิทศาลายา และโครงการวีคอนโดศาลายา มีจำนวน 234 คน ทั้งนี้โครงการวีคอนโดศาลายา มีผู้ซื้อมากถึงร้อยละ 80

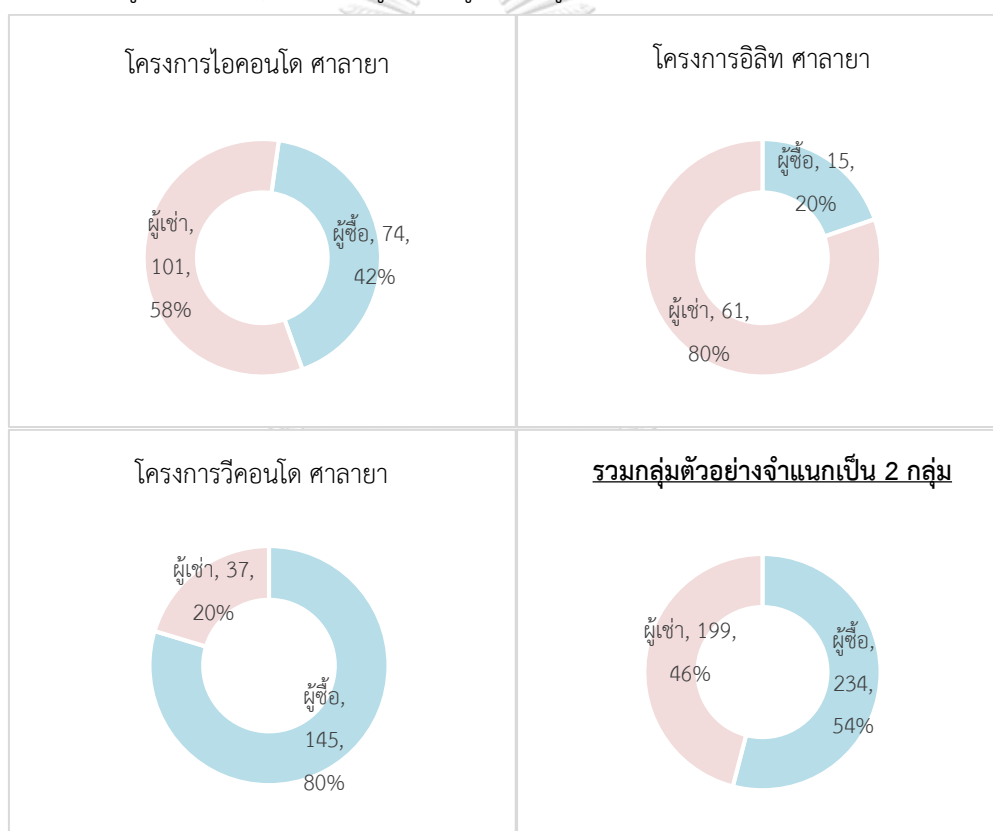
จากการผู้วิจัยวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างโครงการคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา โดยจะขอเรียกกลุ่มตัวอย่างนี้ว่า “กลุ่มผู้เช่า” ได้แก่โครงการไอคอนโดศาลายา โครงการอิลิทศาลายา และ

โครงการวีคอนโดศาลายา จำนวน 199 คน ทั้งนี้โครงการอิทธิศาลายามีผู้เช่ามากถึงร้อยละ 80 และโครงการไอคอนโด ศาลายานั้นมีสัดส่วนของผู้ซื้อผู้เช่าใกล้เคียงกันคือ 42:58 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนผู้เลือกโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการโดยจำแนกเป็นผู้ซื้อและผู้เช่า

ประเภทผู้ อยู่อาศัย	โครงการที่เลือก							
	ไอคอนโด ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ซื้อ	74	42	15	20	145	80	234	54
ผู้เช่า	101	58	61	80	37	20	199	46
รวม	175	40	76	18	182	42	433	100

จากวิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงเป็นสัดส่วนผู้บริโภคผู้ซื้อและผู้เช่าดังภาพต่อไปนี้

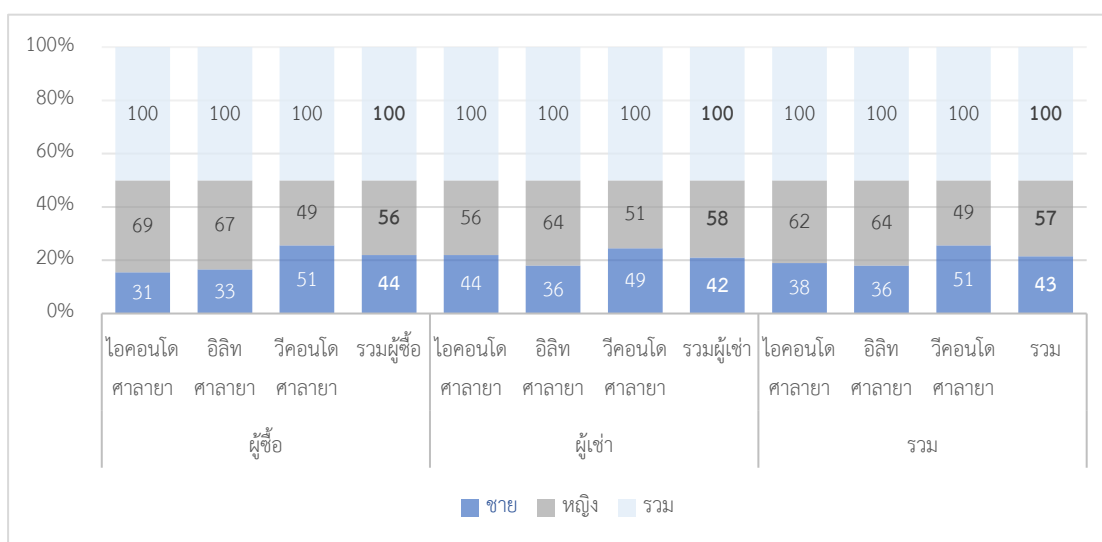


รูปภาพที่ 22 สัดส่วนผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า



### 5.1.2 ลักษณะสังคมของกลุ่มผู้บริโภครวมกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเพศชายและเพศหญิงของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 โครงการ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน 57:43 โดยผู้บริโภครวมออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่าโครงการไอคอนโตศาลายา โครงการอิทธิศาลายา และโครงการวิคอนโตศาลายา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 56, 64 และ 52 ตามลำดับ (แผนภูมิ 24)



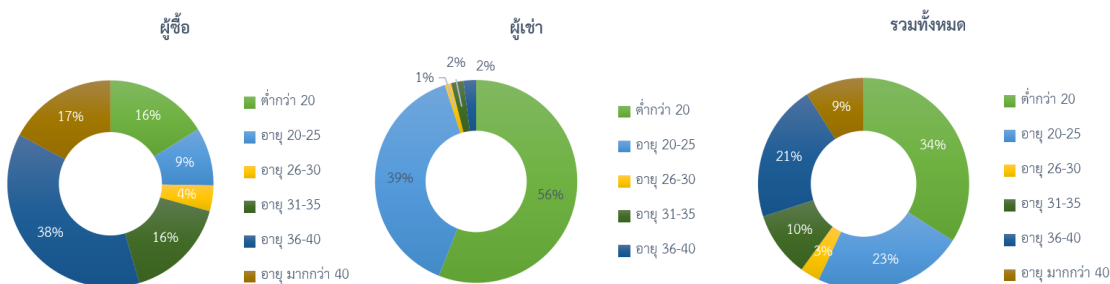
แผนภูมิที่ 23 ลักษณะด้านสังคมจำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่างในโครงการการศึกษาทั้ง 3 โครงการ

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ซื้อที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37 ในขณะที่ผู้เช่ามีอายุน้อยกว่า 20 ปีร้อยละ 56 โดยจะสังเกตได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อที่มีอายุสูงกว่ากลุ่มผู้เช่า ด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มผู้ซื้อ โสดต่อสมรสคือ 67:33 ซึ่งจะเห็นว่ากลุ่มผู้ซื้อโครงการวิคอนโตศาลายามีสถานภาพโสดและสมรสใกล้เคียงกันโดยมีสัดส่วนคือ 57: 43 ซึ่งสอดคล้องกับอายุที่อยู่ระหว่าง 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47 ขณะที่กลุ่มผู้เช่าของทั้ง 3 โครงการมีสถานภาพโสดต่อสมรสคือ 99:1 ระดับการศึกษาของผู้บริโภค กลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 92 ผู้เช่ามีคิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้จะเห็นว่าลักษณะทางสังคมของผู้บริโภค กลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน (ตาราง 11)

ตารางที่ 11 ลักษณะสังคมของผู้บริโภค

ลักษณะด้านสังคม	กลุ่มผู้ซื้อ				กลุ่มผู้เช่า				รวมทั้งหมด					
	ไอคอนโตศาลายา	อิทธิศาลายา	วิคอนโตศาลายา	รวม	ไอคอนโตศาลายา	อิทธิศาลายา	วิคอนโตศาลายา	รวม	ไอคอนโตศาลายา	อิทธิศาลายา	วิคอนโตศาลายา	รวม		
1. อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	จำนวน	29	4	5	38	59	36	21	111	88	38	23	149
		ร้อยละ	39	27	3	16	58	56	49	56	50	50	13	34
	21 -25 ปี	จำนวน	11	7	4	22	37	25	16	77	48	33	18	99
		ร้อยละ	15	47	3	9	37	43	38	39	27	43	10	23

ลักษณะด้านสังคม			กลุ่มผู้ซื้อ				กลุ่มผู้เช่า				รวมทั้งหมด			
			ไม่จดทะเบียน	อสังหาริมทรัพย์	รถยนต์	รวม	ไม่จดทะเบียน	อสังหาริมทรัพย์	รถยนต์	รวม	ไม่จดทะเบียน	อสังหาริมทรัพย์	รถยนต์	รวม
	26 -30 ปี	จำนวน	3	1	6	10	0	0	0	0	3	2	7	12
		ร้อยละ	4	7	4	4	0	0	0	0	2	3	4	3
	31 -35 ปี	จำนวน	5	1	31	37	2	0	0	2	7	1	33	41
		ร้อยละ	7	7	21	16	2	0	0	2	4	1	18	9
	36 -40 ปี	จำนวน	18	1	68	87	3	0	0	3	21	1	70	92
		ร้อยละ	24	7	47	37	3	0	0	3	12	1	38	21
มากกว่า 40 ปี	จำนวน	8	1	31	40	0	0	0	0	8	1	31	40	
	ร้อยละ	11	7	21	17	0	0	0	0	5	1	17	9	
รวมจำนวน			74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมร้อยละ			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2. สถานภาพ	โสด	จำนวน	61	14	82	157	101	61	37	199	162	75	118	355
		ร้อยละ	82	93	57	67	100	100	100	100	93	99	65	82
	สมรส	จำนวน	13	1	63	77	0	0	0	0	13	1	64	78
		ร้อยละ	18	7	43	33	0	0	0	0	7	1	35	18
รวมจำนวน			74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมร้อยละ			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
3. ระดับการศึกษา	1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	จำนวน	43	12	7	62	96	60	37	193	139	72	44	255
		ร้อยละ	58	80	5	26	95	98	100	97	79	95	24	59
	2.ปริญญาตรี	จำนวน	25	3	117	145	4	1	0	5	29	4	117	150
		ร้อยละ	34	20	81	62	4	2	0	3	17	5	64	35
	3.ปริญญาโท	จำนวน	5	0	16	21	1	0	0	1	6	0	16	22
		ร้อยละ	7	0	11	9	1	0	0	1	3	0	9	5
	4.ปริญญาเอก	จำนวน	1	0	5	6	0	0	0	0	1	0	5	6
		ร้อยละ	1	0	3	3	0	0	0	0	1	0	3	1
รวมทั้งหมด			74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมร้อยละ			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



รูปภาพที่ 24 อายุของกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่า

### 5.1.3 ลักษณะทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าโดยรวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีรายได้ครัวเรือน 200,001–250,000 บาท/เดือนคิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมา 100,001–150,000 บาท/เดือนคิดเป็นร้อยละ 24 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 56 เดินทางไปเรียน/ทำงานด้วยรถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 54 ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 15 นาทีคิดเป็นร้อยละ 89 โดยจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

**กลุ่มผู้ซื้อ** มีรายได้ 200,001–250,000 บาท/เดือนคิดเป็นร้อยละ 30 มีอาชีพคือกลุ่มพนักงานบริษัท และเจ้าของกิจการคิดเป็นร้อยละ 25, 25 และ 24 ตามลำดับ และโครงการไอคอนโด ศาลายามีนักศึกษา (ผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อ) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43 ใช้รถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 74 (ตาราง 12)

**กลุ่มผู้เช่า** มีรายได้ 200,001–250,000 บาท/เดือนคิดเป็นร้อยละ 22 จะสังเกตได้ว่าผู้บริโภคทั้งกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่ามีรายได้ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 93 ซึ่งโครงการอิทธิศาลายามีสัดส่วนสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 98 ของกลุ่มผู้เช่าทั้งหมด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวและรถตู้รับ-ส่งของคอนโดมิเนียม มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 32 และ 26 ตามลำดับ (ตาราง 12)

ตารางที่ 12 ลักษณะด้านเศรษฐกิจของผู้อยู่อาศัย

ลักษณะด้านเศรษฐกิจ	กลุ่มผู้ซื้อ				กลุ่มผู้เช่า				รวมทั้งหมด				
	ไอคอนโด	อิทธิศาลา	วิคอนโด	รวม	ไอคอนโด	อิทธิศาลา	วิคอนโด	รวม	ไอคอนโด	อิทธิศาลา	วิคอนโด	รวม	
<b>1.รายได้ครัวเรือน</b>													
ไม่เกิน50,000 บาท	จำนวน	5	0	0	5	4	1	0	5	9	1	0	10
	ร้อยละ	7	0	0	2	4	2	0	3	5	1	0	2
50,001–100,000 บาท	จำนวน	5	2	0	7	12	16	0	28	17	18	0	35
	ร้อยละ	7	13	0	3	12	26	0	14	10	24	0	8
100,001–150,000 บาท	จำนวน	12	1	52	65	22	16	2	40	34	17	54	105
	ร้อยละ	16	7	36	28	22	26	5	20	19	22	30	24
150,001–200,000 บาท	จำนวน	14	6	9	29	20	13	10	43	34	19	19	72
	ร้อยละ	19	40	6	12	29	21	27	22	19	25	10	17
200,001–250,000 บาท	จำนวน	21	2	48	71	28	7	9	44	49	9	57	115
	ร้อยละ	28	13	33	30	18	11	24	22	28	12	31	27
250,001–300,000 บาท	จำนวน	6	2	14	22	8	5	4	17	18	7	18	39
	ร้อยละ	8	13	10	9	8	8	11	9	8	9	10	9
300,001–400,000 บาท	จำนวน	8	2	18	28	2	2	8	12	10	4	26	40
	ร้อยละ	11	13	12	12	2	3	22	6	6	5	14	9
400,000–	จำนวน	1	0	2	3	2	1	0	3	3	1	2	6

ลักษณะด้าน เศรษฐกิจ		กลุ่มผู้ซื้อ				กลุ่มผู้เช่า				รวมทั้งหมด			
		ไอคอนโด	อติพิศาลา	วิคอบโต	รวม	ไอคอนโด	อติพิศาลา	วิคอบโต	รวม	ไอคอนโด	อติพิศาลา	วิคอบโต	รวม
500,000 บาท	ร้อยละ	1	0	1	1	2	2	0	2	2	1	11	1
500,001 บาท ขึ้นไป	จำนวน	2	0	1	3	3	0	0	3	5	0	1	6
	ร้อยละ	3	0	1	1	3	0	0	2	3	0	1	1
ไม่ตอบ	จำนวน	0	0	1	1	0	0	4	4	0	0	5	5
	ร้อยละ	0	0	1	1	0	0	11	2	0	0	3	1
รวมจำนวน		74	15	145	234	101	61	37	199	175	76	182	433
รวมร้อยละ		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>2. อาชีพ</b>													
1. นักศึกษา (ผู้ปกครอง)	จำนวน	40	11	7	58	94	60	36	186	134	71	39	244
	ร้อยละ	43	73	5	25	93	98	97	93	77	93	21	56
2. รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	3	0	0	3	1	0	0	1	4	0	0	4
	ร้อยละ	4	0	0	1	1	0	0	1	2	0	0	1
3. พนักงาน บริษัทเอกชน	จำนวน	9	3	47	59	4	1	0	9	13	4	51	68
	ร้อยละ	12	20	32	25	4	2	0	5	7	5	28	16
4. เจ้าของ กิจการ	จำนวน	4	1	51	56	2	0	0	2	6	1	51	58
	ร้อยละ	5	7	35	24	2	0	0	1	3	1	28	13
5. ผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้าน	จำนวน	1	0	4	5	0	0	0	0	1	0	4	5
	ร้อยละ	1	0	3	2	0	0	0	0	1	0	2	1
6. รับราชการ	จำนวน	15	0	28	43	0	0	0	0	15	0	28	43
	ร้อยละ	20	0	19	18	0	0	0	0	9	0	15	10
7. อื่น ๆ	จำนวน	0	0	7	7	0	0	1	1	0	0	8	8
	ร้อยละ	0	0	5	3	0	0	3	1	0	0	4	2
ไม่ตอบ	จำนวน	2	0	1	3	0	0	0	0	2	0	1	3
	ร้อยละ	3	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1
รวมทั้งหมด		74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมร้อยละ		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>3. ยานพาหนะในการเดินทาง</b>													
1. รถยนต์ส่วนตัว	จำนวน	38	7	127	172	35	18	10	63	73	25	137	235
	ร้อยละ	51	47	99	74	35	30	27	32	42	33	75	54
2. รถตู้รับ-ส่งของ คอนโดฯ	จำนวน	11	4	12	27	15	14	23	52	26	18	35	79
	ร้อยละ	5	27	8	12	15	23	62	26	15	24	19	18
3. รถโดยสาร ประจำทาง	จำนวน	10	2	2	14	24	7	0	31	34	9	2	45
	ร้อยละ	14	13	1	6	24	11	0	16	19	12	1	10
4. มอเตอร์ไซด์ รับจ้าง	จำนวน	10	1	0	11	14	9	0	23	24	10	0	34
	ร้อยละ	14	7	0	5	14	15	0	12	14	13	0	8
5. มอเตอร์ไซด์ ส่วนตัว	จำนวน	4	1	4	9	12	10	3	25	16	11	7	34
	ร้อยละ	5	7	3	4	12	16	8	13	9	14	4	8

ลักษณะด้าน เศรษฐกิจ		กลุ่มผู้ซื้อ				กลุ่มผู้เช่า				รวมทั้งหมด			
		ไอคอนโต	อิติศาลา	วิคอบโต	รวม	ไอคอนโต	อิติศาลา	วิคอบโต	รวม	ไอคอนโต	อิติศาลา	วิคอบโต	รวม
6.รถตู้ มหาวิทยาลัย	จำนวน	0	0	0	0	1	3	0	4	1	3	0	4
	ร้อยละ	0	0	0	0	1	5	0	2	1	4	0	1
อื่น ๆ	จำนวน	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
	ร้อยละ	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
ไม่ตอบ	จำนวน	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1
	ร้อยละ	0	0	0		0	0	3	1	0	0	1	1
รวมทั้งจำนวน		74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมทั้งร้อยละ		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>4.ระยะเวลาในการเดินทาง</b>													
1. ประมาณ 15 นาที	จำนวน	56	12	143	211	86	51	36	173	142	63	179	384
	ร้อยละ	76	80	99	90	85	84	97	87	81	83	98	88
2. ประมาณ 30 นาที	จำนวน	18	1	1	20	13	4	0	17	31	5	1	37
	ร้อยละ	24	7	1	9	13	7	0	9	18	7	1	9
3. ประมาณ 45 นาที	จำนวน	0	0	0	0	1	0	1	2	1	0	1	2
	ร้อยละ	0	0	0	0	1	0	3	1	1	0	1	0.5
4. ประมาณ 60 นาที	จำนวน	0	0	0	0	1	1	0	2	2	1	0	2
	ร้อยละ	0	0	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0.5
อื่น ๆ	จำนวน	0	2	0	2	0	5	0	6	0	7	0	7
	ร้อยละ	0	13	0	1	0	8	0	3	0	9	0	2
รวมทั้งหมด		74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมทั้งร้อยละ		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

หมายเหตุ : ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ภายในโครงการกรณีศึกษา ณ วันเก็บข้อมูล โดยหากเป็นนักศึกษาลักษณะด้านเศรษฐกิจเรื่องราวได้ครบถ้วนจะสอบถามจากผู้ปกครอง เนื่องจากผู้ปกครองดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อ/เช่าให้แก่บุตร

#### 5.1.4 ลักษณะด้านที่อยู่อาศัยเดิมของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยเดิมของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าพบว่า มี 3 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

- 1) ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 50 (ยกเว้นจ.นครปฐม) รองลงมาคือต่างจังหวัด ร้อยละ 29 และอยู่ในพื้นที่ จ.นครปฐม คิดเป็นร้อยละ 20 เนื่องจากเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา จึงทำการแยกออกมาให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น
- 2) ผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่มีรูปแบบที่อยู่อาศัยเดิมแบบบ้านเดี่ยว ร้อยละ 96



ลักษณะที่อยู่อาศัย เดิม		กลุ่มผู้ซื้อ				กลุ่มผู้เช่า				รวมทั้งหมด			
		ไอคอนโด	อิลิตศาลา	วิคอบโต	รวม	ไอคอนโด	อิลิตศาลา	วิคอบโต	รวม	ไอคอนโด	อิลิตศาลา	วิคอบโต	รวม
ตึกแถว / อาคาร	จำนวน	0	0	1	1	3	3	0	3	3	3	1	7
พาณิชย์	ร้อยละ	0	0	1	0	3	5	0	7	2	4	1	2
ไม่ตอบ	จำนวน	1	1	1	3	0	0	0	0	1	1	1	3
	ร้อยละ	1	7	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1
รวมจำนวน		74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมร้อยละ		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>3. ลักษณะการครอบครอง</b>													
เป็นเจ้าของ	จำนวน	12	1	81	94	0	2	0	2	12	3	81	96
	ร้อยละ	16	7	56	40	0	3	0	1	7	4	45	22
เป็นของ บิดา / มารดา	จำนวน	60	13	63	136	97	56	37	190	157	69	100	326
	ร้อยละ	81	87	43	58	96	91	100	95	90	91	55	75
เช่าอยู่อาศัย	จำนวน	0	0	0	0	3	1	0	4	3	1	0	4
	ร้อยละ	0	0	0	0	3	1	0	2	2	1	0	1
บ้านพัก สวัสดิการ	จำนวน	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
	ร้อยละ	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
อื่น ๆ	จำนวน	0	1	0	1	1	2	0	2	1	2	0	3
	ร้อยละ	0	0	0	0	1	3	0	1	1	3	0	1
ไม่ตอบ	จำนวน	1	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	3
	ร้อยละ	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1
รวมทั้งหมด		74	15	145	234	101	61	37	199	175	75	182	433
รวมร้อยละ		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

## 5.2 วัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียมจำแนกตามประเภทผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า

### 5.2.1 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ<sup>13</sup>

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยวิเคราะห์กลุ่มผู้ซื้อโครงการคอนโดมิเนียมรอบ ได้แก่โครงการไอคอนโดศาลาโครงการอิลิตศาลา และโครงการวิคอบโตศาลา มีจำนวน 234 คน ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ เพื่ออยู่อาศัย<sup>14</sup> เพื่อการลงทุน/เพื่อเป็นสินทรัพย์<sup>15</sup> และเพื่อเก็งกำไร<sup>16</sup>

<sup>13</sup> ที่มา : มานพ พงศทัต, 2543 ระบบสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับนโยบายการออมก่อนซื้อ วารสารสมาคมสินเชื่อที่อยู่อาศัย

<sup>14</sup> เพื่ออยู่อาศัย หมายถึง ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง

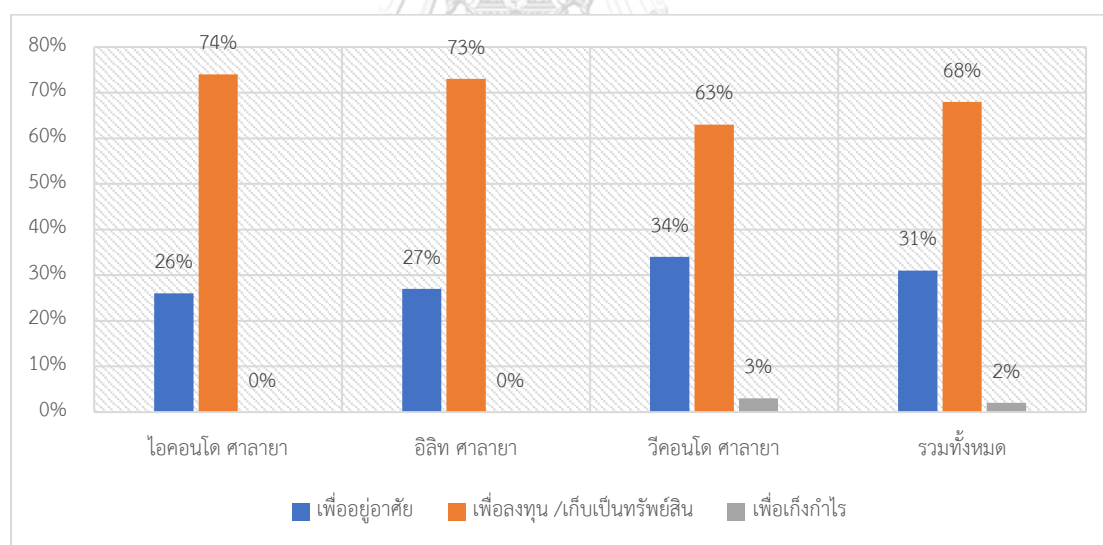
<sup>15</sup> เพื่อการลงทุน/เป็นสินทรัพย์ หมายถึง ซื้อเพื่อลงทุน ยอมโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง โดยจะพักอาศัยช่วงแรกต่อมากอาจปล่อยเช่าต่อหรือรอมูลค่าเพิ่มในอนาคต

<sup>16</sup> เพื่อเก็งกำไร หมายถึง ต้องการขายต่อและไม่โอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเองโดยถือไว้ในระยะเวลาสั้นๆ เช่น การขายใบจอง

โดยกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน (ผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อคอนโด)<sup>17</sup> ให้เหตุผลเพิ่มเติมว่าจะพักอาศัยอยู่ ณ คอนโดแห่งนี้จนกระทั่งสำเร็จการศึกษาและหลังจากนั้นจะทำการปล่อยเช่าต่อเนื่องจากเล็งเห็นโอกาสในการลงทุนระยะยาว ที่มีจำนวนนักศึกษาใหม่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี พบว่าส่วนใหญ่ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินคิดเป็นร้อยละ 68 หากพิจารณารายโครงการจะพบว่ามัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินมีสัดส่วนคือโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด 74:73:63 เป็นที่สังเกตว่าโครงการวีคอนโด ศาลายามีสัดส่วนซื้อเพื่อเก็งกำไร เนื่องจากเป็นโครงการที่เปิดตัวล่าสุด และลักษณะโครงการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้อาศัย เช่น มีที่จอดรถที่รองรับครบทุกยูนิต (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 มัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ คอนโดมิเนียม	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่ออยู่อาศัย	19	26	4	27	49	34	72	31
เพื่อลงทุน /เก็บเป็นทรัพย์สิน	55	74	11	73	92	63	158	68
เพื่อเก็งกำไร	0	0	0	0	4	3	4	2
รวม	74	100	15	100	145	100	234	100



รูปภาพที่ 25 มัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา

<sup>17</sup> กลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน (ผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อคอนโด) โดยซื้อให้บุตรพักอาศัยเพื่อศึกษา



## 5.2.2 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา

### 1) เพื่ออยู่อาศัย

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อที่มีวัตถุประสงค์ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ทั้ง 3 โครงการได้แก่ โครงการไอคอนโตศาลายา โครงการอิทธิศาลายา และโครงการวิคอนโต ศาลายา มีเหตุผลในการซื้อคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เพราะใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน คิดเป็นร้อยละ 95, 100 และ 100 ตามลำดับ (ตาราง 15)

ตารางที่ 15 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดเพื่ออยู่อาศัย

เหตุผลในการเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัย		ไอคอนโต ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วิคอนโต ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่ออยู่ อาศัย	ใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน	18	95	4	100	49	100	71	99
	แยกครอบครัวจากบิดามารดา	1	0	0		0	0	1	1
	รวม	19	95	4	100	49	100	72	100

หมายเหตุ : ส่วนใหญ่ หมายถึง คำตอบที่ถูกเลือกมากที่สุด

### 2) เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน

จากการศึกษาพบว่า

- กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อเพราะเพื่อพักอาศัยขณะศึกษาต่อเพราะใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 75

- หากพิจารณาวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน แยกตามโครงการกรณีศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการซื้อคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เพื่อพักอาศัยขณะศึกษาโดยคิดเป็นร้อยละ 87,100 และ 65 ตามลำดับ ในขณะที่เหตุผลซื้อเพื่อปล่อยเช่าพบในโครงการไอคอนโต ศาลายา และ โครงการวิคอนโต ศาลายา คิดเป็นร้อยละ 11 และ 35 ตามลำดับ (ตาราง 16)

ตารางที่ 16 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน

เหตุผลในการเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมเพื่อลงทุน/เก็บเป็น ทรัพย์สิน		ไอคอนโต ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วิคอนโต ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลงทุน/เก็บเป็น ทรัพย์สิน	เพื่อพักอาศัยขณะศึกษาต่อ เพราะใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน	48	87	11	100	60	65	119	75
	เพื่อปล่อยเช่า	6	11	0	0	32	35	38	24
	แยกครอบครัวจากบิดามารดา	1	2	0	0	0	0	1	1
รวม		55	100	11	100	92	100	158	100

หมายเหตุ : ส่วนใหญ่ หมายถึง คำตอบที่ถูกเลือกมากที่สุด

### 3) เพื่อเก็งกำไร

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อเก็งกำไร ของโครงการวิคอนโด ศาลายา มีเหตุผลในการซื้อคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เพราะทำเลที่ตั้งคอนโดมิเนียมเหมาะแก่การลงทุน /เดินทางสะดวกคิดเป็นร้อยละ 100 (ตาราง 17)

ตารางที่ 17 เหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดเพื่อเก็งกำไร

เหตุผลในการเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมเพื่อเก็งกำไร		ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเก็ง กำไร	ราคาและทำเลที่ตั้งคอนโดฯ เหมาะแก่การลงทุนเดินทาง สะดวก	0	0	0	0	4	100	4	100
	เจ้าของโครงการนำเชือถือ	0	0	0	0	0	0	0	0
	รวม	0	0	0	0	4	100	4	100

หมายเหตุ : ส่วนใหญ่ หมายถึง คำตอบที่ถูกเลือกมากที่สุด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์และเหตุผลในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มาทำการไขว้ข้อมูลกัน (Cross Tabulation) เพื่อทำการเปรียบเทียบ และ หาความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การซื้อของกลุ่มผู้ซื้อคอนโดมิเนียมโครงการโครงการไอคอนโดศาลายา โครงการอิลิทศาลายา และโครงการวิคอนโด ศาลายา ดังนี้

กลุ่มผู้ซื้อที่มีวัตถุประสงค์การซื้อเพื่ออยู่อาศัยและซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อเพราะ เพื่อพักอาศัยขณะที่ศึกษาต่อเนื่องจากโครงการใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 3 โครงการ (ตาราง 18)

กลุ่มผู้ซื้อที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็งกำไร มีเหตุผลในการซื้อเพราะ ราคาและทำเลที่ตั้งคอนโดฯเหมาะแก่การลงทุน และเดินทางสะดวก (ตาราง 18)

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์และเหตุผลในการซื้อโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ

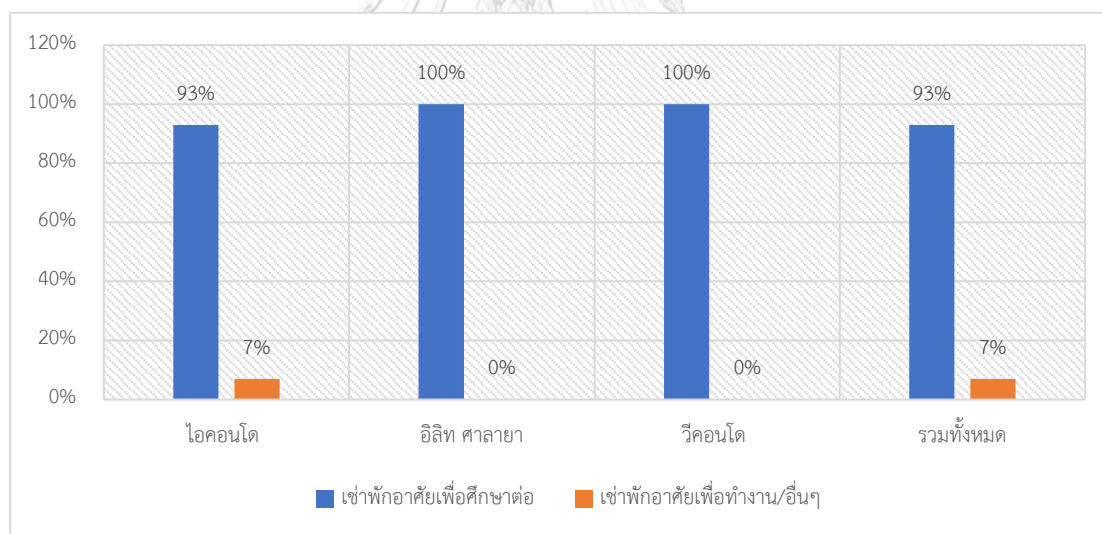
วัตถุประสงค์ในการซื้อ	เหตุผลในการเลือกซื้อ		
	ไอคอนโด ศาลายา	อิลิท ศาลายา	วิคอนโด ศาลายา
เพื่ออยู่อาศัย	ใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน	ใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน	ใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน
เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน	เพื่อพักอาศัยขณะที่ศึกษาต่อ เพราะใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน	เพื่อพักอาศัยขณะที่ศึกษาต่อ เพราะใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน	เพื่อพักอาศัยขณะที่ศึกษาต่อ เพราะใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน
เพื่อเก็งกำไร	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง	ทำเลที่ตั้งคอนโดฯเหมาะแก่ การลงทุนเดินทางสะดวก

### 5.2.3 วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่า

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ในการเช่าที่คอนโดมิเนียม ผู้วิจัยวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างโครงการคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ได้แก่โครงการไอคอนโตศาลายา โครงการอิทธิตศาลายา และโครงการวีคอนโตศาลายา จำนวน 199 คน ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ในการเช่า ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ **เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา**<sup>18</sup> และ **เช่าพักอาศัยเพื่อทำงานหรืออื่น ๆ**<sup>19</sup> พบว่าทั้ง 3 โครงการส่วนใหญ่คือมีวัตถุประสงค์เพื่อเช่าพักอาศัยเพื่อศึกษาคิดเป็นร้อยละ 93,100 และ 100 ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 วัตถุประสงค์การเลือกเช่าคอนโด

วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่า คอนโดมิเนียม	ไอคอนโต ศาลายา		อิทธิต ศาลายา		วีคอนโต ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษาต่อ	94	93	61	100	36	100	192	96
เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน/อื่น ๆ	7	7	0	0	0	3	7	4
รวม	101	100	61	100	37	100	199	100



รูปภาพที่ 26 วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่าคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา

<sup>18</sup> เช่าเพื่อพักอาศัยขณะศึกษาต่อหากศึกษาจบแล้ว จะทำการย้ายออกทันที

<sup>19</sup> เช่าเพื่อพักอาศัยขณะทำงาน หรือ อื่น ๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน

## 5.2.4 เหตุผลในการเลือกเข้าคอนโดมิเนียมแทนอพาร์ทเมนท์โดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา

### 1) เข้าพักอาศัยเพื่อศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเหตุผลที่ผู้เลือกเข้าคอนโดมิเนียมแทนอพาร์ทเมนท์ ส่วนใหญ่คืออันดับ 1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันคิดเป็นร้อยละ 90 อันดับ 2 คือมีความปลอดภัยมากกว่าคิดเป็นร้อยละ 79 และอันดับ 3 คือราคาเช่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์แล้วใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 60 ของผู้เช่าเพื่ออยู่อาศัยขณะศึกษา โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้เช่าโครงการวิคอนโดศาลายาให้เหตุผลในการเลือกเช่าคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์แล้วใกล้เคียงกัน และ มีความปลอดภัยกว่าคิดเป็นร้อยละ 100 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 เหตุผลในการเลือกเช่าพักอาศัยระหว่างศึกษา

เหตุผลในการเลือกเช่า คอนโดมิเนียม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		ไอคอนโด		อิลิท		วิคอนโด		รวม	
		ศาลายา		ศาลายา		ศาลายา		ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าพักอาศัย เพื่อศึกษาต่อ	สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	91	95	54	90	27	75	172	90
	กฎระเบียบน้อยกว่า	36	38	28	47	34	97	99	52
	พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ	56	58	30	50	22	61	108	56
	ภายในห้องตกแต่งสวยงาม	30	31	23	38	35	97	88	46
	ราคาเช่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์ ใกล้เคียงกัน	52	54	27	45	36	100	115	60
	มีความปลอดภัยมากกว่า	72	75	44	73	36	100	152	79
	ไม่ตอบ	0	0	0	0	3	8	3	2

### 2) เข้าพักอาศัยเพื่อทำงาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเหตุผลที่ผู้เลือกเข้าคอนโดมิเนียมแทนอพาร์ทเมนท์ ส่วนใหญ่คืออันดับ 1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันคิดเป็นร้อยละ 71 อันดับ 2 คือมีความปลอดภัยมากกว่าคิดเป็นร้อยละ 57 และอันดับ 3 คือราคาเช่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์แล้วใกล้เคียงกันและพื้นที่ใช้สอยตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 43 ของผู้เช่าเพื่ออยู่อาศัยขณะทำงาน โดยจะเห็นว่าโครงการไอคอนโดศาลายามีผู้เช่าเพื่ออยู่อาศัยขณะทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 เหตุผลในการเลือกเช่าพักอาศัยระหว่างทำงาน

เหตุผลในการเลือกเช่า คอนโดมิเนียม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		ไอคอนโด		อิลิท		วิคอนโด		รวม	
		ศาลายา		ศาลายา		ศาลายา		ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าพัก	สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3	60	1	100	1	100	5	71
	กฎระเบียบน้อยกว่า	0	0	0	0	1	100	1	14

เหตุผลในการเลือกเข้า คอนโดมิเนียม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาศัยเพื่อ ทำงาน หรืออื่น ๆ	พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ	2	40	1	100	0	0	3	43
	ภายในห้องตกแต่งสวยงาม	0	0	0	0	0	0	0	0
	ราคาเช่าเมื่อเทียบกับพาร์ทเมนท์ ใกล้เคียงกัน	2	40	1	100	0	0	3	43
	มีความปลอดภัยมากกว่า	2	40	1	100	1	100	4	57
	ไม่ตอบ	0	0	0	0	1	100	1	14

จากการวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์และเหตุผลในการเลือกเข้าคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา นำมาทำการไขว้ข้อมูลกัน (Cross Tabulation) เพื่อทำการเปรียบเทียบ และหาความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การเช่าของกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียมโครงการโครงการไอคอนโดศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวิคอนโด ศาลายา ซึ่งแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนี้

กลุ่มผู้เช่าที่มีวัตถุประสงค์การเช่าเพื่ออยู่อาศัยเช่าพักอาศัยเพื่อศึกษาต่อของโครงการไอคอนโด ศาลายา และ โครงการอิลิท ศาลายา มีเหตุผลในการเช่าเพราะที่คล้ายคลึงกันทั้ง 3 อันดับ ได้แก่ อันดับ 1 เพราะสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อันดับ 2 มีความปลอดภัยมากกว่า และอันดับ 3 พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ ในขณะที่กลุ่มผู้เช่าโครงการวิคอนโด ศาลายานั้นให้เหตุผลที่ต่างออกไปคือให้ความสำคัญเรื่องราคาเช่าเมื่อเทียบกับเช่าพาร์ทเมนท์แล้วใกล้เคียงกันเป็นอันดับแรก อันดับ 2 เพราะมีความปลอดภัยมากกว่าเช่าพาร์ทเมนท์ และอันดับ 3 เพราะชื่นชอบการตกแต่งภายในห้องพัก (ตาราง 22)

กลุ่มผู้เช่าที่มีวัตถุประสงค์เช่าเพื่อพักอาศัยเพื่อทำงาน มีเหตุผลในการเช่าโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และ โครงการวิคอนโด ศาลายา นั้นมีเหตุผลอันดับ 1 คือเพราะสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อันดับ 2 ผู้เช่าโครงการโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา ให้เหตุผลเพราะพื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ ในขณะที่โครงการวิคอนโด ศาลายานั้นให้เหตุผลว่าเพราะถูกระเบียบน้อยกว่า และอันดับ 2 ผู้เช่าโครงการโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา ให้เหตุผลเพราะ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับเช่าพาร์ทเมนท์แล้วใกล้เคียงกัน ในขณะที่โครงการวิคอนโด ศาลายา นั้นให้เหตุผลเพราะเรื่องความปลอดภัย (ตาราง 22)

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์และเหตุผลในการเช่าโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ

วัตถุประสงค์ในการ เลือกเช่า	เหตุผลในการเลือกเช่า		
	ไอคอนโด ศาลายา	อิลิท ศาลายา	วิคอนโด ศาลายา
เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา ต่อ	1. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน 2. มีความปลอดภัยมากกว่า 3. พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ	1. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน 2. มีความปลอดภัยมากกว่า 3. พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ	1. ราคาเช่าเมื่อเทียบกับพาร์ท เมนท์ใกล้เคียงกัน 2. มีความปลอดภัยมากกว่า 3. ภายในห้องตกแต่งสวยงาม

วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่า	เหตุผลในการเลือกเช่า		
	ไอคอนโด ศาลายา	อิลิท ศาลายา	วีคอนโด ศาลายา
เช่าพักอาศัยเพื่อทำงานหรืออื่น ๆ	<p>1. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน</p> <p>2. พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ</p> <p>3. ราคาเช่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์ใกล้เคียงกัน</p>	<p>1. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน</p> <p>2. พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ</p> <p>3. ราคาเช่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนท์ใกล้เคียงกัน</p>	<p>1. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน</p> <p>2. กว้างขวางน้อยกว่า</p> <p>3. มีความปลอดภัยมากกว่า</p>

### 5.3 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมของกลุ่มผู้บริหารโศกกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มเช่า

#### 5.3.1 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือก ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้ซื้อ

##### 1) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกของผู้ซื้อคอนโดมิเนียม

จากการศึกษาได้จำแนกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ ได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ มาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7) ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ(4.2) และด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.1) (ตารางที่ 23)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ พบว่ากลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัย เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่สุดกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไรให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า

ข้อพิจารณาที่สำคัญรองลงมาของกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัย เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน คือความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไรคือให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

จะสังเกตได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัย และ กลุ่มซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน นั้นมีความเหมือนกันคือ ผู้ซื้อทั้ง 2 กลุ่มนี้ถือว่าเป็นกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง และลงทุนระยะยาวไปพร้อมกันทั้งสองกลุ่มมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งโครงการ และรองลงมาคือด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ เนื่องจากมีผลกระทบโดยตรงกับการดำรงชีวิตประจำวันหากต้องเดินทางไป-กลับ ขณะศึกษาหรือทำงานที่มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา

จากการวิเคราะห์แยกเป็นรายโครงการที่ศึกษา (ตารางที่ 24, 25 และ 26) พบว่าผู้ซื้อทุกโครงการให้ความสำคัญปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการเหมือนกันทั้งหมด

ตารางที่ 23 ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อคอนโด

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ	ซื้อเพื่อ		ซื้อลงทุน/เก็บ		ซื้อเพื่อ		รวม		ระดับ ความ สำคัญ
	อยู่อาศัย		เป็นทรัพย์สิน		เก็งกำไร		ทั้งหมด		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.8	.375	4.7	.605	4.5	1.000	4.7	.526	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	3.7	.733	3.8	.856	4.0	1.155	3.8	.865	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	4.0	.816	4.1	.911	4.5	.577	4.1	.912	มาก
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	4.2	.834	3.9	1.03	4.0	.816	3.9	.99	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	4.3	.806	4.2	.826	3.8	.957	4.2	.739	มาก
วัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	4.0	1.00	4.1	1.03	3.5	.577	4.1	.88	มาก
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.2	.787	4.0	.805	4.8	.500	4.1	.798	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	3.7	.733	3.9	.712	4.3	.957	3.9	.776	ปานกลาง

### 1.1) โครงการไอคอนโด ศาลายา

จากการวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีปัจจัยกับวัตถุประสงค์การเลือกซื้อคอนโดมิเนียมโครงการไอคอนโดศาลายา พบว่ากลุ่มซื้อเพื่ออยู่อาศัยและซื้อเพื่อลงทุน/เพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน มีปัจจัยการเลือกซื้อคอนโดด้านทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด ตามลำดับ และไม่พบซื้อเพื่อเก็งกำไร เนื่องจากเป็นโครงการที่เปิดขายมาเป็นเวลา 6 ปีแล้ว จึงอาจเป็นไปได้ว่าโครงการที่เปิดขายมาเป็นเวลานานแล้วไม่สามารถซื้อเพื่อเก็งกำไรได้ (ตาราง 24)

ตารางที่ 24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ	ซื้อเพื่อ		ซื้อลงทุน/เก็บ		ซื้อเพื่อ		รวม		ระดับ ความ สำคัญ
	อยู่อาศัย		เป็นทรัพย์สิน		เก็งกำไร		ทั้งหมด		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.8	.375	4.7	.605	-	-	4.7	.526	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	3.7	.733	3.8	.856	-	-	3.8	.865	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	4.0	.816	4.1	.911	-	-	4.1	.912	มาก
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	4.2	.834	3.9	1.03	-	-	3.9	.99	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	4.3	.806	4.1	.826	-	-	4.1	.759	มาก
ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	4.0	1.00	4.2	1.03	-	-	4.1	.88	มาก
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.2	.787	4.0	.805	-	-	4.1	.798	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	3.7	.733	3.9	.712	-	-	3.9	.776	ปานกลาง

### 1.2) โครงการอิทธิ ศาลายา

จากการวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีปัจจัยกับวัตถุประสงค์การเลือกซื้อคอนโดมิเนียมโครงการอิทธิ ศาลายา พบว่ากลุ่มซื้อเพื่ออยู่อาศัยมีปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมมากที่สุด จะสังเกตได้ว่าลักษณะทางด้านกายภาพของโครงการนี้มีลักษณะด้านหน้าของอาคารที่แสดงรายละเอียดของสถาปัตยกรรม



ตกต่ำลงกว่าทั้ง 2 โครงการ ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินมีปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ และไม่พบซื้อเพื่อเก็งกำไร เนื่องจากเป็นโครงการที่เปิดขายมาเป็นเวลา 3 ปี และเหลือผู้นิตขายค่อนข้างน้อย จึงอาจเป็นไปได้ว่าโครงการลักษณะนี้ไม่สามารถซื้อเพื่อเก็งกำไรได้ (ตาราง 25)

ตารางที่ 25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ	ซื้อเพื่ออยู่อาศัย		ซื้อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน		ซื้อเพื่อเก็งกำไร		รวมทั้งหมด		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.8	.510	4.4	.505	-	-	4.7	.443	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	4.9	.500	3.5	.934	-	-	3.6	.846	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	4.0	.816	3.6	1.120	-	-	3.9	.937	ปานกลาง
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	4.6	.600	3.5	1.214	-	-	3.8	.999	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	4.8	.550	3.6	1.120	-	-	3.8	.855	ปานกลาง
ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	4.8	.520	3.8	1.250	-	-	3.9	.938	ปานกลาง
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.5	.577	4.0	1.183	-	-	4.1	.966	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	4.8	.500	3.6	1.206	-	-	4.0	.833	มาก

### 1.3) โครงการวิคคอนโด ศาลายา

จากการวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีปัจจัยกับวัตถุประสงค์การเลือกซื้อคอนโดมิเนียม พบว่ากลุ่มซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มซื้อเพื่อลงทุน/เพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินมีปัจจัยการเลือกซื้อด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาคือด้านด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า ในขณะที่ผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไรให้ความสำคัญด้านปัจจัยด้านราคา/ระยะเวลาผ่อนดาวน์เป็นหลัก (ตาราง 26)

ตารางที่ 26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ	ซื้อเพื่ออยู่อาศัย		ซื้อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน		ซื้อเพื่อเก็งกำไร		รวมทั้งหมด		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.7	.474	4.7	.481	4.5	1.000	4.7	.493	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	3.9	.786	4.0	.783	4.0	1.155	4.0	.791	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	3.9	.927	4.1	.860	4.5	.577	4.0	.885	มาก
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	3.8	.882	3.6	.874	4.0	.816	3.7	.875	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	4.0	.721	4.2	.678	3.8	.957	4.1	.702	มาก
ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	3.9	.944	4.1	.801	3.5	.577	4.0	.853	มาก
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.4	.698	4.4	.558	4.8	.500	4.4	.606	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	3.9	.707	4.0	.502	4.3	.957	4.0	.595	มาก



กล่าวโดยสรุป เมื่อเปรียบเทียบวัตถุดิบประสงค์ของกลุ่มผู้ซื้อกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการพบว่า กลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัย เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน และ เพื่อเก็งกำไร นั้นมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน ดังนี้

**กลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัย** กลุ่มผู้ซื้อคอนโดโครงการไอคอนโด ศาลายา กับ วิคอนโด ศาลายาให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งโครงการเป็นอันดับแรก ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อโครงการอิลิท ศาลายาให้ความสำคัญด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ

**กลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน** กลุ่มผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการให้ความสำคัญไปในทิศทางเดียวกันคือด้านทำเลที่ตั้งโครงการเป็นอันดับแรก

**กลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร** กลุ่มผู้ซื้อโครงการวิคอนโด ศาลายา ให้ความสำคัญด้านด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่าเป็นสำคัญ และไม่พบกลุ่มดังกล่าวในอีก 2 โครงการเนื่องจากเปิดขายมาเป็นเวลานาน และเหลือจำนวนยูนิตเหลือขายน้อย อาจจะมีแนวโน้มในการลงทุนต่ำกว่าโครงการเปิดใหม่

ตารางที่ 27 สรุปปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อตามวัตถุประสงค์การเลือกซื้อในแต่ละโครงการ

วัตถุประสงค์การซื้อ	ไอคอนโด ศาลายา	อิลิท ศาลายา	วิคอนโด ศาลายา
เพื่ออยู่อาศัย	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8) 2. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.3) 3. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.2)	1. ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ (5.0) 2. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.8)	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7) 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.4) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.0)
เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7) 2. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.1)	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.4) 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.0) 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (3.8)	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7) 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.4) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.2)

เพื่อเก็งกำไร	ไม่พบผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร เนื่องจากโครงการเปิดขายมา เป็นเวลานานแล้ว	ไม่พบผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร เนื่องจากโครงการเหลือจำนวน ยูนิตขายน้อย	1. ด้านราคา/ระยะเวลาการ ผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.8) 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในโครงการ (4.5) 3. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.5)
---------------	---	---	---

### 5.3.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือก ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้เช่า

#### 1) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกของผู้เช่าคอนโดมิเนียม

จากการศึกษาได้จำแนกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเช่า ได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกเช่ามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7) ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2) และด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.2) (ตารางที่ 28)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดมิเนียมจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่า พบว่ากลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยขณะศึกษา และกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่สุดกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ ข้อพิจารณาที่สำคัญรองลงมาของกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยขณะศึกษา และกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยขณะทำงาน คือด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด

จากการวิเคราะห์แยกเป็นรายโครงการที่ศึกษา (ตารางที่ 29, 30 และ 31) พบว่ากลุ่มผู้เช่าทุกโครงการให้ความสำคัญปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการเหมือนกันทั้งหมด

ตารางที่ 28 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่าคอนโดมิเนียม

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเช่า	เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษา		เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงาน		รวมทั้งหมด		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.7	.509	4.8	.509	4.7	.505	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	3.8	.910	4.0	.949	3.9	.899	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	4.2	.827	2.8	.991	4.2	.935	มาก
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	3.8	.921	2.8	.935	3.8	.991	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	4.1	.715	3.6	3.6	4.1	.714	มาก
ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	4.2	.786	4.2	.769	4.2	.771	มาก
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.2	.810	4.0	.993	4.2	.791	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	3.9	.821	4.2	.899	3.9	.821	ปานกลาง

### 1.1) โครงการไอคอนโต ศาลายา

จากการวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีปัจจัยกับวัตถุประสงค์การเลือกเข้าคอนโดมิเนียมโครงการไอคอนโต ศาลายา พบว่ากลุ่มผู้เช่า เพื่ออยู่อาศัยเพื่อพักอาศัยขณะศึกษาและกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อทำงานคล้ายคลึงคือ มีปัจจัยการเลือกเข้าคอนโดมิเนียมด้านทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ปัจจัยที่สำคัญรองลงมา ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด และอันดับ 3 กลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยขณะศึกษาเลือกปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ ในขณะที่กลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยขณะทำงานนั้นเลือกปัจจัยด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน (ตาราง 29)

ตารางที่ 29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่า

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเช่า	เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษา		เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงาน		รวมทั้งหมด		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.7	.509	4.8	.509	4.7	.475	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	3.8	.910	4.0	.949	3.9	.948	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	4.2	.827	2.8	.991	3.9	.894	มาก
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	3.8	.921	2.8	.935	4.1	.924	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	4.1	.715	3.6	3.6	4.0	.833	มาก
ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	4.2	.786	4.2	.769	4.0	.986	มาก
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.2	.810	4.0	.993	4.3	.932	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	3.9	.821	4.2	.899	4.0	.726	ปานกลาง

### 1.2) โครงการอิลิท ศาลายา

จากการวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีปัจจัยกับวัตถุประสงค์การเลือกเข้าคอนโดมิเนียมโครงการอิลิท ศาลายา พบว่ากลุ่มผู้เช่าอยู่อาศัยเพื่อศึกษา มีปัจจัยการเลือกเข้าคอนโดมิเนียมด้านทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาด้านต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน และอันดับที่สาม วัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด ในขณะที่กลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยขณะทำงานนั้นเลือกปัจจัยด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน และไม่พบผู้เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน (ตาราง 30)

ตารางที่ 30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่า

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเช่า	เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษา		เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงาน		รวมทั้งหมด		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.8	.403	0	0	4.8	.403	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	3.6	.846	0	0	3.6	.846	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	3.9	.889	0	0	3.9	.889	ปานกลาง
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	3.8	.953	0	0	3.8	.953	ปานกลาง

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเช่า	เช่าเพื่อพักอาศัย ระหว่างศึกษา		เช่าเพื่อพัก อาศัยระหว่าง ทำงาน		รวม ทั้งหมด		ระดับความ สำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	3.8	.792	0	0	3.8	.792	ปานกลาง
ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	3.8	.886	0	0	3.8	.886	ปานกลาง
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.1	.958	0	0	4.1	.958	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	4.0	.748	0	0	4.0	.748	มาก

### 1.3) โครงการวิคอนโด ศาลายา

จากการวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีปัจจัยกับวัตถุประสงค์การเลือกเช่าคอนโดมิเนียม โครงการวิคอนโด ศาลายา พบว่ากลุ่มผู้เช่าอยู่อาศัยเพื่อศึกษา มีปัจจัยการเลือกเช่าคอนโดมิเนียมด้านทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า และอันดับที่สาม วัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด และไม่พบผู้เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน (ตาราง 31)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำแนกตามวัตถุประสงค์การเช่า

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเช่า	เช่าเพื่อพักอาศัย ระหว่างศึกษา		เช่าเพื่อพัก อาศัยระหว่าง ทำงาน		รวม ทั้งหมด		ระดับความ สำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	4.7	.478	0	0	4.7	.478	มากที่สุด
ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ	3.9	.961	0	0	3.9	.961	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	3.9	.906	0	0	3.9	.906	ปานกลาง
ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	4.0	.936	0	0	4.1	.937	มาก
ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	3.9	.826	0	0	3.9	.826	ปานกลาง
ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	4.1	.937	0	0	4.0	.986	มาก
ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า	4.3	.944	0	0	4.3	.944	มาก
ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน	4.0	.736	0	0	4.0	.736	มาก

กล่าวโดยสรุป เมื่อเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้เช่ากับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดมิเนียมของโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการพบว่า กลุ่มที่เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษาและเช่าเพื่อทำงานนั้นให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งโครงการเป็นอันดับแรก ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันทุกโครงการ แต่อย่างไรก็ตาม ในลำดับรองลงมามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน (ตาราง 32)

ตารางที่ 32 สรุปปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเช่า ตามวัตถุประสงค์การเลือกเช่าคอนโด

วัตถุประสงค์การเช่า	ไอคอนโด ศาลายา	อิลิท ศาลายา	วีคอนโด ศาลายา
เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7) 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ (4.3) 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2)	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8) 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.1) 3. ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน (4.0)	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7) 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.1) 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.1)
เช่าเพื่อพักอาศัยเพื่อทำงาน	1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8) 2. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2) 3. ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน (4.2)	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง

### 5.3.3 ปัจจัยด้านที่ตั้งมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ต่อการเลือกคอนโดมิเนียม

#### 1) ที่ตั้งมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา

##### 1.1) ผู้ซื้อ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้ซื้อพบว่าที่ตั้งมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมมากถึง ร้อยละ 97 ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษา (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 ผลการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดใกล้ม.มหิดล ศาลายา

ที่ตั้งมหาวิทยาลัยมหิดลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	68	92	14	93	145	100	227	97
ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	6	8	1	7	0	0	7	3
รวม	74	100	15	100	145	100	234	100

## 1.2) ผู้เช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้เช่าพบว่า ที่ตั้งมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมมากถึง ร้อยละ 100 ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาเพื่อพักอาศัยขณะศึกษา (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 ผลการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดใกล้ มหิดล ศาลายา

ที่ตั้งมหาวิทยาลัยมหิดลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดมิเนียม	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	101	100	61	100	37	100	199	100
ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>199</b>	<b>100</b>

## 2) เหตุผลทำเลที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมของกลุ่มผู้บริโภคโดยแบ่งเป็นผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่ามากถึงร้อยละ 98 และ 96 ตามลำดับ อันดับ 1 มีเหตุผลคือเดินทางไปเรียนสะดวก ใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายารองลงมาคือใกล้ที่ทำงานซึ่งสถานที่ทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัย มหิดล (ตาราง 35)

ตาราง 35 เหตุผลที่ทำเลที่ตั้งใกล้ ม.มหิดล ศาลายามีผลต่อการตัดสินใจเลือกคอนโด

ที่ตั้งโครงการใกล้ ม.มหิดลมีผลต่อการตัดสินใจเลือก	ผู้ซื้อ			ผู้เช่า			
	มีผล	ไม่มีผล	รวม	มีผล	ไม่มีผล	รวม	
เหตุผลที่เลือกคอนโดมิเนียม	เดินทางไปเรียนสะดวก ใกล้ ม.มหิดล	51%	0%	51%	100%	0%	100%
	ใกล้ที่ทำงาน (เกี่ยวข้องกับ ม.มหิดล)	29%	0%	29%	0%	0%	0%
	ใกล้ที่ทำงาน (ไม่เกี่ยวข้องกับ ม.มหิดล)	0%	2%	2%	0%	0%	0%
	เพื่อปล่อยเช่า	16%	0%	16%	0%	0%	0%
	ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	1%	0%	1%	0%	0%	0%
	ทำเลที่ตั้งคอนโดเหมาะสมแก่การลงทุน	2%	0%	2%	0%	0%	0%
<b>รวม</b>	<b>98%</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	

## 5.4 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล

### 5.4.1 กลุ่มผู้ซื้อ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมและวัตถุประสงค์การซื้อพบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่เลือกซื้อโครงการเพื่ออยู่อาศัย เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน และเพื่อเก็งกำไร ส่วนใหญ่ปรึกษาคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 56 60 และ 100 ตามลำดับ

โดยเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบโครงการกรณีศึกษา จะเห็นได้ว่า ผลค่อนข้างในแนวทิศทางเดียวกันคือ กลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิทธิ ศาลายา และ โครงการวีคอนโด ศาลายา ส่วนใหญ่ปรึกษาคนในครอบครัวเป็นหลัก ยกเว้นกลุ่มผู้ซื้อโครงการอิทธิ ศาลายา ที่ซื้อด้วยวัตถุประสงค์เพื่ออยู่อาศัยจะตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 75 (ตาราง 36)

ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอนโดใกล้ม.มหิดล ศาลายา

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมใกล้ มหาวิทยาลัยมหิดล		ไอคอนโด ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพื่ออยู่ อาศัย	ครอบครัว	9	47	1	25	30	61	40	56
	ตนเอง	10	53	3	75	19	39	32	44
รวม		19	100	4	100	49	100	72	100
ซื้อลงทุน/ เพื่อเก็บเป็น ทรัพย์สิน	ครอบครัว	34	62	6	55	55	60	95	60
	ตนเอง	21	38	5	45	36	39	62	39
	ไม่ตอบ	0	0	0	0	1	1	1	1
รวม		55	100	11	100	92	100	158	100
ซื้อเพื่อเก็บ กำไร	ครอบครัว	0	0	0	0	4	100	4	100
	ตนเอง	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม		0	100	0	100	0	100	4	100
รวมทั้งหมด		74	100	15	100	145	100	234	100

#### 5.4.2 กลุ่มผู้เช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าคอนโดมิเนียมและวัตถุประสงค์การเช่าพบว่า กลุ่มผู้เช่าที่เลือกเช่าโครงการ พักอาศัยเพื่อศึกษาและพักอาศัยเพื่อทำงาน ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 52 และ 60 ตามลำดับ

โดยเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบโครงการกรณีศึกษา จะเห็นได้ว่า ผลค่อนข้างในแนวทิศทางเดียวกันคือ กลุ่มผู้เช่าโครงการไอคอนโด ศาลายา และโครงการอิทธิ ศาลายา ส่วนใหญ่ตัดสินใจเช่าด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามผู้เช่าโครงการวีคอนโด ศาลายา ปรึกษาคนในครอบครัวเป็นหลัก (ตาราง 37)

ตารางที่ 37 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดโดยรอบม.มหิดล ศาลายา

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่า คอนโดมิเนียมใกล้ มหาวิทยาลัยมหิดล		ไอคอนโด ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าเพื่อพัก อาศัยเพื่อ	ครอบครัว	39	41	17	28	35	95	91	47
	ตนเอง	55	57	44	72	2	5	101	52



ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้า คอนโดมิเนียมใกล้ มหาวิทยาลัยมหิดล		ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษา	เพื่อน	2	2	0	0	0	0	2	1
รวม		96	100	61	100	37	100	194	100
เข้าเพื่อพัก อาศัยเพื่อ ทำงาน	ครอบครัว	2	40	0	0	0	0	2	40
	ตนเอง	3	60	0	0	0	0	3	60
	เพื่อน	0	0	0	0	0	0	0	0
	ไม่ตอบ	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม		5	100	0	0	0	0	5	100
รวมทั้งหมด		101	100	61	100	37	100	199	1001

## 5.5 ระยะเวลาในการพักอาศัยอยู่ ณ โครงการแห่งนี้

### 5.5.1 กลุ่มผู้ซื้อ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการซื้อ กับระยะเวลาที่อยู่อาศัย ภายในโครงการกรณีศึกษาที่เลือก พบว่าผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยส่วนใหญ่มีระยะเวลาพักอาศัยนานมากกว่า 4 ปี ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 90 โดยสัมพันธ์กับลักษณะเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะพักอาศัยอยู่ที่นั่นไปจนกว่าจะย้ายสถานที่ทำงานใหม่ ในขณะที่กลุ่มที่ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินนั้นมีระยะเวลาพักอาศัยไปในทิศทางเดียวกันคือ 1-4 ปี หรือจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา และหลังจากนั้นจะทำการปล่อยเช่า คิดเป็นร้อยละ 85 ทุกโครงการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ปกครองของนักศึกษาที่ซื้อไว้ให้บุตรพักอาศัยขณะศึกษาที่มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา

โดยเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบโครงการกรณีศึกษา พบว่ากลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน โครงการไอคอนโด ศาลายา และ โครงการวีคอนโด ศาลายา มีระยะเวลาพักอาศัยแตกต่างกันอย่างชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน โครงการอิลิท ศาลายามีระยะเวลาพักอาศัย 1-4 ปี คล้ายคลึงกัน (ตาราง 38)

ตารางที่ 38 ระยะเวลาในการพักอาศัยและ โครงการที่ตัดสินใจเลือกซื้อ

ระยะเวลา ในการพักอาศัยอยู่		ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพื่ออยู่อาศัย	1-4 ปี	0	0	4	100	4	8	7	10
	มากกว่า 4 ปี	27	100	0	0	46	92	65	90
รวม		19	100	4	100	50	100	72	100
ซื้อลงทุน/เพื่อ เก็บเป็น	1-4 ปี	47	85	9	82	79	83	135	85
	มากกว่า 4 ปี	8	15	2	18	3	3	12	8



ระยะเวลา ในการพักอาศัยอยู่		ไอคอนโด ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทรัพย์สิน	ไม่ตอบ	0	0	0	0	13	14	11	7
รวม		55	100	11	100	95	100	158	100
รวมทั้งหมด		74	100	15	100	145	100	230	100

หมายเหตุ : 1. อยู่อาศัยระยะเวลา 1-4 ปี หรือจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา และหลังจากนั้นจะทำการปล่อยเช่า 2. ตารางนี้ไม่แสดงรายการซื้อเพื่อเก็งกำไรเนื่องจาก ไม่โอนกรรมสิทธิ์ เพื่ออยู่อาศัย หรือปล่อยเช่า

### 5.5.2 กลุ่มผู้เช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเช่า กับระยะเวลาที่อยู่อาศัย ภายในโครงการกรณีศึกษาที่เลือก พบว่ากลุ่มผู้เช่าพักอยู่อาศัยเพื่อศึกษา ส่วนใหญ่มีระยะเวลาพักอาศัยนานมาก 1-4 ปี ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 87 โดยสัมพันธ์กับลักษณะเศรษฐกิจของกลุ่มผู้เช่าที่เป็นกลุ่มวัยกำลังศึกษา ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะพักอาศัยอยู่ที่นี่ไปจนกว่าจะสำเร็จการศึกษา ในขณะที่กลุ่มผู้เช่าพักอยู่อาศัยเพื่อทำงาน มีระยะเวลาพักอาศัยน้อยกว่า 1 ปี เนื่องจากกลุ่มนี้อาจมีแนวโน้มการย้ายสถานที่ทำงานหรือเพิ่งเข้าทำงานใหม่ จึงทำสัญญาเช่าพักอาศัยคอนโดมิเนียมไว้ในระยะสั้นๆ

โดยเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบโครงการกรณีศึกษา พบว่ากลุ่มผู้เช่าพักอยู่อาศัยเพื่อศึกษา ของทั้ง 3 โครงการ มีระยะเวลาพักอาศัย 1-4 ปี คล้ายคลึงกัน แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้เช่าพักอยู่อาศัยเพื่อทำงาน โครงการไอคอนโด ศาลายามีระยะเวลาพักอาศัยน้อยกว่า 1 ปี ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยเพื่อศึกษาอย่างชัดเจน (ตาราง 39)

ตารางที่ 39 จำนวนระยะเวลาในการพักอาศัยกับโครงการที่ตัดสินใจเลือกเช่า

ระยะเวลา ในการพักอาศัยอยู่		ไอคอนโด ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าเพื่อพัก อาศัยเพื่อ ศึกษา	น้อยกว่า 1 ปี	5	5	3	5	12	32	20	10
	1-4 ปี	89	93	56	92	24	65	169	87
	มากกว่า 4 ปี	2	2	2	3	0	0	4	2
	ไม่ตอบ	0	0	0	0	1	3	1	1
รวม		96	100	61	100	37	100	194	100
เช่าเพื่อพัก อาศัยเพื่อ ทำงาน	น้อยกว่า 1 ปี	5	100	0	0	0	0	5	100
	1-4 ปี	0	0	0	0	0	0	0	0
	มากกว่า 4 ปี	0	0	0	0	0	0	0	0
	ไม่ตอบ	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม		5	100	0	0	0	0	5	100
รวมทั้งหมด		101	100	61	100	37	100	199	100

## 5.6 วิเคราะห์ลักษณะผู้บริโภคร่วมกับปัจจัยในการเลือกคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัยมหิดล

### ศาลายา

#### 5.6.1 วิเคราะห์ลักษณะผู้บริโภคร่วมกับปัจจัยและกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียม

จากการวิเคราะห์ลักษณะผู้ซื้อและผู้เช่า คอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา พบว่า ลักษณะด้านสังคมนั้นแตกต่างด้านอายุอย่างชัดเจน ซึ่งกลุ่มผู้ซื้อจะอยู่ในวัยทำงานซึ่งมีอายุเฉลี่ย 36-40 ปี ในขณะที่กลุ่มผู้เช่านั้นอยู่ในวัยกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด อย่างไรก็ตามในกลุ่มผู้ซื้อนั้นก็ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการที่ซื้อไว้ให้บุตรพักอาศัยขณะศึกษาด้วยเช่นกัน โดยหากพิจารณารายโครงการดังนี้ (ตาราง 40,41 และ 42 )

**กลุ่มผู้ซื้อ** พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอนโด ศาลายา และ โครงการอิลิท ศาลายามีลักษณะด้านสังคม เศรษฐกิจ และที่อยู่อาศัยเดิมเหมือนกัน โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ซื้อคอนโดมิเนียมให้แก่บุตรเพื่อพักอาศัยขณะศึกษา ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อโครงการวีคอนโด ศาลายา เป็นกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มผู้ประกอบการ และมีลักษณะเศรษฐกิจ ที่อยู่อาศัยเดิม คล้ายคลึงกับอีก 2 โครงการข้างต้น (ตาราง 40,41 และ 42)

**กลุ่มผู้เช่า** พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มผู้เช่าโครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายาและโครงการวีคอนโด ศาลายา มีลักษณะด้านสังคม เศรษฐกิจ เหมือนกัน อย่างไรก็ตามที่อยู่อาศัยเดิมของกลุ่มผู้เช่าโครงการอิลิท ศาลายานั้นจะมีภูมิลำเนามาจากต่างจังหวัดมากกว่าอีก 2 โครงการข้างต้น (ตาราง 40,41 และ 42 )

#### 5.6.2 วิเคราะห์ปัจจัยลักษณะกายภาพที่มีผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับปัจจัยและกลุ่มผู้เช่า

##### 1) กลุ่มผู้ซื้อ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะกายภาพที่มีผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมโครงการกรณศึกษาโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา พบว่ากลุ่มผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มคือเพื่ออยู่อาศัย กลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน และกลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร ส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเลือกส่วนกลางโครงการคือที่จอดรถมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24,23 และ 18 ในขณะที่ลักษณะกายภาพภายในห้องชุดกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน เลือกเครื่องปรับอากาศ/พัดลมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17, 18 และ 17 ตามลำดับ และส่วนบริการภายในโครงการเลือกเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ /บริการซักรีด คิดเป็นร้อยละ 27,27 และ 25 ตามลำดับ (ตาราง 40, 42,43 และ 44)

โดยเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบโครงการกรณศึกษา พบว่ากลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน และกลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร โครงการไอคอนโด ศาลายา

โครงการอิทธิ ศาลายา และ โครงการวีคอนโด ศาลายา เลือกปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทส่วนกลาง โครงการคือที่จอดรถมากที่สุดเช่นกัน

กลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยที่มีปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทภายในห้องชุดมีความแตกต่างกันคือ กลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอนโด ศาลายา และโครงการอิทธิ ศาลายา เลือกตู้เสื้อผ้าแบบ Built in โดยโครงการการวีคอนโด ศาลายา เลือกเครื่องปรับอากาศ/พัดลม และปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทส่วนบริการของโครงการกลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอนโด ศาลายา และโครงการอิทธิ ศาลายาเลือกเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ / บริการซักรีด ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อโครงการวีคอนโด ศาลายาเลือกบริการรถรับ-ส่งมากที่สุด

กลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เป็นทรัพย์สินมีปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทภายในห้องชุดมีความแตกต่างกันคือผู้ซื้อโครงการไอคอนโด ศาลายา และโครงการอิทธิ ศาลายา โครงการวีคอนโด ศาลายา เลือกเครื่องปรับอากาศ/พัดลม และปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทส่วนบริการของโครงการกลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอนโด ศาลายาและโครงการอิทธิ ศาลายาเลือกเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ /บริการซักรีด ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อโครงการวีคอนโด ศาลายาเลือกบริการรถรับ-ส่งมากที่สุด

กลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไรซึ่งพบเฉพาะโครงการวีคอนโด ศาลายาเนื่องจากพบกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อย จึงมีส่วนในการเลือกปัจจัยลักษณะกายภาพประเภท ภายนอกคือส่วนกลาง ภายในคือห้องชุด และส่วนบริการโครงการในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมาก (ตาราง 40, 42,43 และ 44)

ตารางที่ 40 ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ตัดสินใจเลือกซื้อ

ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ตัดสินใจเลือกซื้อ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	ไอคอนโด ศาลายา		อิทธิ ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	<b>ซื้อเพื่ออยู่อาศัย</b>							
1. ส่วนกลางโครงการ								
ห้องอ่านหนังสือ	17	6	2	1	47	16	66	22
สระว่ายน้ำ	15	5	4	1	16	5	35	12
ห้องประชุม	5	2	1	0	45	15	51	17
ฟิตเนส	16	5	4	1	24	8	44	15
เกมส์รูม	0	0	1	0	6	2	7	2
ลิอบบี้	11	4	1	0	16	5	28	9
ที่จอดรถ	19	6	4	1	49	16	72	24
2. ภายในห้องชุด								
ตู้เสื้อผ้าแบบ Built in	19	4	4	1	46	11	69	16
โต๊ะเครื่องแป้ง	14	3	3	1	26	6	43	10
เตียงพร้อมที่นอน	19	4	4	1	46	11	69	16
เครื่องปรับอากาศ/พัดลม	19	4	4	1	48	11	71	17
ชุดโต๊ะ เก้าอี้อ่านหนังสือ/ทำงาน	19	4	3	1	45	11	67	15

ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ ตัดสินใจเลือกซื้อ (เลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	ไอคอนโด		อิลิท		วีคอนโด		รวม ทั้งหมด			
	ศาลายา		ศาลายา		ศาลายา		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
เครื่องใช้ไฟฟ้า	18	4	3	1	40	9	61	14		
อินเทอร์เน็ต	16	4	0	0	32	7	48	11		
3. บริการของโครงการ										
เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ / บริการซัก รีด	19	7	4	2	46	18	69	27		
ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ	15	6	3	1	44	17	62	24		
ร้านสะดวกซื้อ	16	6	2	1	46	18	64	25		
บริการรถรับ-ส่ง	14	5	2	1	48	19	64	25		
ซื้อเพื่อ ลงทุน/ เก็บเป็น ทรัพย์สิน	1. ส่วนกลางโครงการ									
	ห้องอ่านหนังสือ	38	6	8	1	90	13	136	20	
	สระว่ายน้ำ	40	6	9	1	48	7	97	14	
	ห้องประชุม	16	2	1	0	88	13	105	16	
	ฟิตเนส	32	5	9	1	50	7	91	14	
	เกมส์รูม	8	1	1	0	7	1	16	2	
	ลิอบบี้	21	3	7	1	46	7	74	11	
	ที่จอดรถ	53	8	9	1	91	14	153	23	
	2. ภายในห้องชุด									
	ตู้เสื้อผ้าแบบ Built in	50	6	10	1	82	9	142	16	
	โต๊ะเครื่องแป้ง	41	5	4	0	48	5	93	11	
	เตียงพร้อมที่นอน	52	6	5	1	84	10	141	16	
	เครื่องปรับอากาศ/พัดลม	52	6	11	1	87	10	150	17	
	ชุดโต๊ะ เก้าอี้อ่านหนังสือ/ ทำงาน	46	5	6	1	82	9	134	15	
	เครื่องใช้ไฟฟ้า	40	5	6	1	78	9	124	14	
	อินเทอร์เน็ต	29	3	4	0	58	7	91	10	
	3. บริการของโครงการ									
	เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ / บริการซัก รีด	50	9	11	2	88	16	149	27	
	ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ	42	8	8	1	70	13	120	22	
	ร้านสะดวกซื้อ	47	9	4	1	88	16	139	26	
บริการรถรับ-ส่ง	36	7	9	2	89	16	134	25		
ซื้อเพื่อ เก็งกำไร	1. ส่วนกลางโครงการ									
	ห้องอ่านหนังสือ	0	0	0	0	4	18	4	18	
	สระว่ายน้ำ	0	0	0	0	1	5	1	5	
	ห้องประชุม	0	0	0	0	4	18	4	18	
	ฟิตเนส	0	0	0	0	4	18	4	18	

ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ ตัดสินใจเลือกซื้อ (เลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	ไอคอนโด		อิทธิ		วิคคอนโด		รวม ทั้งหมด		
	ศาลายา		ศาลายา		ศาลายา		จำนวน	ร้อยละ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
เกมส์รูม	0	0	0	0	1	5	1	5	
ลิบบบี้	0	0	0	0	4	18	4	18	
ที่จอดรถ	0	0	0	0	4	18	4	18	
2. ภายในห้องชุด									
ตู้เสื้อผ้าแบบ Built in	0	0	0	0	4	18	4	18	
โต๊ะเครื่องแป้ง	0	0	0	0	1	5	1	5	
เตียงพร้อมที่นอน	0	0	0	0	4	18	4	18	
เครื่องปรับอากาศ/พัดลม	0	0	0	0	4	18	4	18	
ชุดโต๊ะ เก้าอี้อ่านหนังสือ/ ทำงาน	0	0	0	0	1	5	1	5	
เครื่องใช้ไฟฟ้า	0	0	0	0	4	18	4	18	
อินเตอร์เน็ต	0	0	0	0	4	18	4	18	
3. บริการของโครงการ									
เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ / บริการซักรีด	0	0	0	0	4	25	4	25	
ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ	0	0	0	0	4	25	4	25	
ร้านสะดวกซื้อ	0	0	0	0	4	25	4	25	
บริการรถรับ-ส่ง	0	0	0	0	4	25	4	25	

### 1) กลุ่มผู้เช่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะกายภาพที่มีผลต่อการเลือกเช่าคอนโดโครงการกรณีศึกษาโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา พบว่ากลุ่มผู้เช่าทั้ง 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา และกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน ส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเลือกส่วนกลางโครงการคือที่จอดรถมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 และ 24 ในขณะที่ลักษณะกายภาพภายในห้องชุดกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา และกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน เลือกเครื่องปรับอากาศ/พัดลมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17 และ 17 ตามลำดับ และส่วนบริการภายในโครงการเลือกเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ /บริการซักรีด คิดเป็นร้อยละ 31 และ 33 ตามลำดับ (ตาราง 41, 42, 43 และ 44)

โดยเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบโครงการกรณีศึกษา พบว่ากลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา และกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิทธิ ศาลายา และโครงการวิคคอนโด ศาลายา เลือกปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทส่วนกลางโครงการคือที่จอดรถมากที่สุดเช่นกัน

กลุ่มผู้เข้าพักอาศัยเพื่อศึกษาที่มีปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทภายในห้องชุดมีความแตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้เข้าโครงการไอคอนโด ศาลายา เลือกเลือกเครื่องปรับอากาศ/พัดลม โดยโครงการอิลิท ศาลายา และโครงการการวิคอนโด ศาลายา ตู้เสื้อผ้าแบบ Built in และปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทส่วนบริการของโครงการกลุ่มผู้เข้าโครงการไอคอนโด ศาลายา และโครงการอิลิท ศาลายาเลือกเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ /บริการซักรีด ในขณะที่กลุ่มผู้เข้าโครงการวิคอนโด ศาลายาเลือกร้านสะดวกซื้อมากที่สุด

กลุ่มผู้เข้าพักอาศัยเพื่อทำงานซึ่งพบเฉพาะโครงการไอคอนโด ศาลายา เนื่องจากพบกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยจึงมีส่วนในการเลือกปัจจัยลักษณะกายภาพประเภท ภายนอกคือส่วนกลาง ภายในคือห้องชุด และส่วนบริการโครงการในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมาก (ตาราง 41,42,43 และ 44)

ตารางที่ 41 ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ตัดสินใจเลือกเช่า

ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ตัดสินใจเลือกเช่า (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	<b>เช่าพักอาศัยระหว่างศึกษา</b>	1. ส่วนกลางโครงการ							
ห้องอ่านหนังสือ	53	7	36	5	37	5	126	16	
สระว่ายน้ำ	86	11	58	7	4	1	148	19	
ห้องประชุม	18	2	13	2	37	5	68	9	
ฟิตเนส	85	11	56	7	18	2	159	20	
เกมส์รูม	4	1	2	0	1	0	7	1	
ลิอบบี้	36	5	32	4	27	3	95	12	
<b>ที่จอดรถ</b>	<b>92</b>	<b>12</b>	<b>55</b>	<b>7</b>	<b>37</b>	<b>5</b>	<b>184</b>	<b>23</b>	
2. ภายในห้องชุด									
ตู้เสื้อผ้าแบบ Built in	91	8	59	5	37	3	187	16	
โต๊ะเครื่องแป้ง	82	7	45	4	24	2	151	13	
เตียงพร้อมที่นอน	90	8	58	5	36	3	185	16	
เครื่องปรับอากาศ/พัดลม	94	8	58	5	37	3	190	17	
ชุดโต๊ะ เก้าอี้อ่านหนังสือ/ทำงาน	82	7	50	4	35	3	167	15	
เครื่องใช้ไฟฟ้า	88	8	50	4	35	3	173	15	
อินเตอร์เน็ต	40	4	7	1	34	3	81	7	
3. บริการของโครงการ									
เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ /บริการซัก รีด	91	16	58	10	28	5	177	31	
ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ	80	14	52	9	20	4	152	27	
ร้านสะดวกซื้อ	68	12	17	3	32	6	117	21	
บริการรถรับ-ส่ง	59	10	31	5	28	5	118	21	
<b>เช่าพัก</b>	1. ส่วนกลางโครงการ								

ลักษณะกายภาพของคอนโดที่ ตัดสินใจเลือกเช่า (เลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)		ไอคอนโด		อิลิท		วีคอนโด		รวม ทั้งหมด		
		ศาลายา		ศาลายา		ศาลายา		จำนวน	ร้อยละ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
อาศัย ระหว่าง ทำงาน	ห้องอ่านหนังสือ	4	19	0	0	0	0	4	19	
	สระว่ายน้ำ	2	10	0	0	0	0	2	10	
	ห้องประชุม	3	14	0	0	0	0	3	14	
	ฟิตเนส	5	24	0	0	0	0	5	24	
	เกมส์รูม	0	0	0	0	0	0	0	0	
	ลิอบบี้	2	10	0	0	0	0	2	10	
	ที่จอดรถ	5	24	0	0	0	0	5	24	
	2. ภายในห้องชุด									
	ตู้เสื้อผ้าแบบ Built in	4	13	0	0	0	0	4	13	
	โต๊ะเครื่องแป้ง	5	17	0	0	0	0	5	17	
	เตียงพร้อมที่นอน	5	17	0	0	0	0	5	17	
	เครื่องปรับอากาศ/พัดลม	5	17	0	0	0	0	5	17	
	ชุดโต๊ะ เก้าอี้อ่านหนังสือ/ ทำงาน	4	13	0	0	0	0	4	13	
	เครื่องใช้ไฟฟ้า	5	17	0	0	0	0	5	17	
	อินเทอร์เน็ต	2	7	0	0	0	0	2	7	
	3. บริการของโครงการ									
	เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ /บริการซักรีด	5	33	0	0	0	0	5	33	
ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ	5	33	0	0	0	0	5	33		
ร้านสะดวกซื้อ	4	27	0	0	0	0	4	27		
บริการรถรับ-ส่ง	1	7	0	0	0	0	1	7		

## CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 42 เปรียบเทียบลักษณะภาพโครงการโครงการไอคอนโด ศาลายา

	กลุ่มผู้ซื้อ			กลุ่มผู้เช่า		
	วัตถุประสงค์	ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก	วัตถุประสงค์	ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก
เลขเบส ๒๓๐๕๐๕	ผู้ซื้อ	1.ที่จอดรถ 2.เตียงพร้อมที่นอน 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ 3.ด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนค่างาน	ผู้เช่า	1.ที่จอดรถ 2.ตู้เสื้อผ้าแบบ Built in 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด 3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

ผู้ประเมิน	กลุ่มผู้ซื้อ		ผู้ประเมิน	กลุ่มผู้เช่า	
	ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก		ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก
ทศวรรษ/พันแห่งออฟฟิศ	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศ 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักกรีด	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	ไม่พบตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง	1.ที่จอดรถ/พิตเนส 2.เตียงพร้อมที่นอน/เครื่องใช้ไฟฟ้า 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักกรีด ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด 3.ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน
รูปแบบออฟฟิศ	ไม่พบตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง				

ตารางที่ 43 เปรียบเทียบลักษณะภาพโครงการโครงการอิลิท ศาลายา

ผู้ประเมิน	กลุ่มผู้ซื้อ		ผู้ประเมิน	กลุ่มผู้เช่า	
	ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก		ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก
โอบเนด เอเชีย	1.ที่จอดรถ 2.เตียงพร้อมที่นอน 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักกรีด	1.ด้านสถาปัตยกรรม 2.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 3.ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	ไม่พบตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศ 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักกรีด	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ 3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ
	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศ 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักกรีด	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	ไม่พบตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง	ไม่พบตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง	
	ไม่พบตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง				



ตารางที่ 44 เปรียบเทียบลักษณะภาพโครงการโครงการวีคอนโด ศาลายา

	กลุ่มผู้ซื้อ			กลุ่มผู้เช่า		
	วัตถุประสงค์	ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก	วัตถุประสงค์	ลักษณะกายภาพ	ปัจจัยในการเลือก
วีคอนโด ศาลายา	กลุ่มผู้อาศัย	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศและตู้เสื้อผ้าแบบ Built in 3.บริการรถรับ-ส่ง	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ 3.ด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนค่างาน	แบบผู้ซื้อแบบเช่า	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศและตู้เสื้อผ้าแบบ Built in 3.ร้านสะดวกซื้อ	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนค่างาน 3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ
	เพื่อลงทุน/เก็บเงินหรือเพื่อขาย	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศ 3.ร้านสะดวกซื้อ	1.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ 2.ด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนค่างาน 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	แบบผู้เช่า	ไม่พบตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง	
	เพื่อเก็บค่าเช่า	1.ที่ จอดรถ, สระว่ายน้ำ, ฟิตเนส และ ห้องอ่านหนังสือ 2.เครื่องปรับอากาศและตู้เสื้อผ้าแบบ Built in 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด และ บริการรถรับ-ส่ง	1. ด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนค่างาน 2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ 3.ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ			

## บทที่ 6

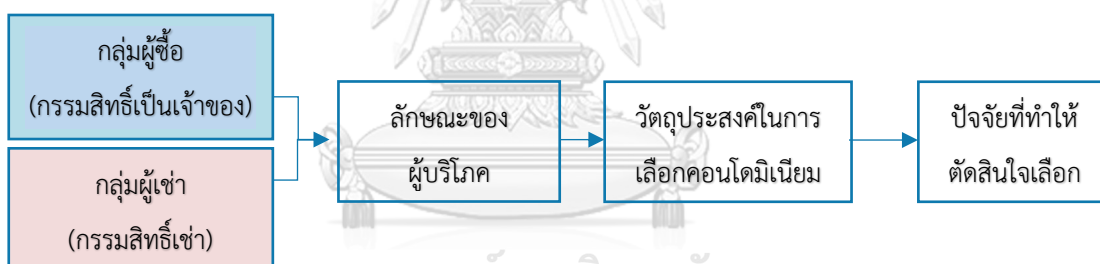
### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา กรณีศึกษา โครงการ ไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา สามารถสรุป และอภิปรายผล รวมถึงข้อเสนอแนะดังนี้

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ผลสรุปที่สำคัญออกเป็น 4 ประเด็น คือ ลักษณะของผู้บริโภคโดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า แนวคิดปัจจัยในการที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียม และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือก

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปลักษณะดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ซื้อ และกลุ่มผู้เช่าคอนโดมิเนียม โดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา โครงการกรณีศึกษาได้แก่ โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา มีผลสรุปดังต่อไปนี้



รูปภาพที่ 27 ผลการศึกษากลุ่มผู้บริโภคโครงการกรณีศึกษาบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย

##### 6.1.1 ลักษณะของกลุ่มผู้ถือกรรมสิทธิ์ซื้อเป็นเจ้าของและกลุ่มผู้ถือกรรมสิทธิ์เช่า

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า พบว่ามีสัดส่วนซื้อมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 54:46 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นว่าพฤติกรรมการเลือกเช่านั้นไม่ได้จำกัดเฉพาะเช่าอพาร์ทเมนท์ หรือหอพักเท่านั้น โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีลักษณะด้านสังคม เศรษฐกิจ และที่อยู่อาศัยเดิมดังนี้

**กลุ่มผู้ซื้อ** ส่วนใหญ่เป็นผู้มีครอบครัวแล้วอยู่ในวัยทำงานโดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 25, 24 และ 18 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 35-40 ปี สถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 67 ในขณะที่เดียวกันก็พบว่า มีผู้ปกครองที่ซื้อคอนโดมิเนียมให้บุตรอายุระหว่างศึกษามากถึงร้อยละ 25 หากพิจารณาระดับโครงการพบว่าโครงการวีคอนโด ศาลายามีสัดส่วนของผู้ซื้อ

สูงสุด ร้อยละ 62 ของกลุ่มผู้ซื้อเนื่องจากลักษณะโครงการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อย่างเช่น ที่จอดรถรองรับทุกยูนิต ทั้งนี้พิจารณาลักษณะภูมิทำเลเดิมพบว่ามีความแตกต่างกันโดยกลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอน ศาลายามีสัดส่วนภูมิทำเลมาจากต่างจังหวัดร้อยละ 45 ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้ซื้อโครงการอิลิท ศาลายา และวีคอนโดศาลายาที่มีภูมิทำเลเดิมมาจากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (ยกเว้น จ. นครปฐม) ร้อยละ 47 และ 56 ตามลำดับ ทั้งนี้มีประเภทที่อยู่อาศัยเดิมเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวสูงถึงร้อยละ 97 มีลักษณะการครอบครองที่แตกต่างกันโดยกลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอนโด ศาลายาและโครงการอิลิทศาลายาสวนใหญ่เป็นของบิดา-มารดา ร้อยละ 81 และ 83 ตามลำดับ ในขณะที่โครงการวีคอนโด ศาลายาเป็นตนเองร้อยละ 56

**กลุ่มผู้เช่า** ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่ผู้ปกครองดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายมีมากถึงร้อยละ 93 กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี หากพิจารณาระดับโครงการพบจำนวนกลุ่มผู้เช่าสูงในโครงการไอคอนโด ศาลายา และโครงการ อิลิท ศาลายา ร้อยละ 58 และ 80 ตามลำดับ เนื่องจากโครงการทั้ง 2 โครงการแล้วเสร็จมาก่อนข้างเป็นเวลานาน จึงมีจำนวนห้องปล่อยเช่ามากกว่า ทั้งนี้พิจารณาลักษณะภูมิทำเลเดิมทั้ง 3 โครงการพบว่าส่วนใหญ่มีมาจากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (ยกเว้น จ. นครปฐม) มีประเภทที่อยู่อาศัยเดิมเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวสูงถึงร้อยละ 95 มีลักษณะการครอบครองส่วนใหญ่เป็นของบิดา-มารดา ร้อยละ 95

เมื่อพิจารณาลักษณะเศรษฐกิจ รายได้ครัวเรือนพบว่าทั้งสองกลุ่มมีรายได้ใกล้เคียงกันคือ 200,001-250,000 บาท/เดือน หากพิจารณากลุ่มที่ซื้อยังพบว่าเป็นนักศึกษาที่ผู้ปกครองซื้อคอนโดมิเนียมให้อยู่อาศัยถึงร้อยละ 25 การที่นักศึกษาซื้อ/เช่าคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัย สะท้อนให้เห็นถึงอุปสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไป คอนโดมิเนียมจึงเป็นอีกทางเลือกในการอยู่อาศัย

โดยผู้บริโภคที่แบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่เดินทางไปสถานศึกษา/ทำงาน โดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 74 และ 32 ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้บริโภคที่แบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 15 นาทีคิดเป็นร้อยละ 90 และ 87 ตามลำดับ (ตาราง 45)

ตารางที่ 45 สรุปลักษณะกลุ่มผู้บริโภคโครงการไอคอนโด ศาลายา

สัดส่วน	กลุ่มผู้ซื้อ	กลุ่มผู้เช่า	รวม
กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 54 (234 คน) สัดส่วนกลุ่มผู้ซื้อมากกว่า	กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 46 (199 คน)	กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ซื้อและเช่าในงานวิจัย (433 คน)
ไอคอนโดศาลายา	<p>กลุ่มตัวอย่างสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มผู้เช่า</p> <p><b>ลักษณะด้านสังคม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง</li> <li>- อายุ <b>น้อยกว่า 20 ปี</b> (ผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อ)</li> <li>- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด</li> <li>- กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี</li> </ul>	<p>กลุ่มตัวอย่างสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ซื้อ</p> <p><b>ลักษณะด้านสังคม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น <b>เพศหญิง</b></li> <li>- อายุ <b>น้อยกว่า 20 ปี</b> (ผู้ปกครองเป็นผู้เช่า)</li> <li>- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ <b>โสด</b></li> </ul>	<p>กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ซื้อกับกลุ่มผู้เช่าสัดส่วนใกล้เคียงกัน (54:46)</p> <p><b>ลักษณะด้านสังคมของกลุ่มผู้ซื้อกับกลุ่มผู้เช่าเหมือนกัน</b></p>

สัดส่วน	กลุ่มผู้ซื้อ	กลุ่มผู้เช่า	รวม
กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 54 (234 คน) สัดส่วนกลุ่มผู้ซื้อมากกว่า	กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 46 (199 คน)	กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ซื้อและเช่าในงานวิจัย (433 คน)
		- กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี	
	<b>ลักษณะด้านเศรษฐกิจ</b> - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษา - มีรายได้ครัวเรือน (ผู้ปกครอง) 200,001-250,000 บาท/เดือน - ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปเรียน - ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ประมาณ 15 นาที	<b>ลักษณะด้านเศรษฐกิจ</b> - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวคือนักศึกษา - มีรายได้ครัวเรือน (ผู้ปกครอง) 200,001-250,000 บาท/เดือน - ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปเรียน - ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ประมาณ 15 นาที	ลักษณะด้านเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ซื้อทับกลุ่มผู้เช่าเหมือนกัน
<b>ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม</b> - ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด - ประเภทที่พักอาศัยเดิมคือบ้านเดี่ยว เป็นส่วนใหญ่ - โดยลักษณะการครอบครองเป็นของบิดา-มารดา	<b>ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม</b> - ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ - ประเภทที่พักอาศัยเดิมคือบ้านเดี่ยว เป็นส่วนใหญ่ - โดยลักษณะการครอบครองเป็นของบิดา-มารดา	ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิมของกลุ่มผู้ซื้อทับกลุ่มผู้เช่าแตกต่างกัน	
อิทธิพล	กลุ่มตัวอย่างสัดส่วนร้อยละ 20	กลุ่มตัวอย่างสัดส่วนร้อยละ 80	กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ซื้อทับกลุ่มผู้เช่าสัดส่วนแตกต่างกันอย่างชัดเจน (20:80)
	<b>ลักษณะด้านสังคม</b> - กลุ่มตัวอย่างส่วนเป็นเพศหญิง - อายุ 21-25 ปี (ผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อ) - กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด - กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี	<b>ลักษณะด้านสังคม</b> - กลุ่มตัวอย่างส่วนเป็นเพศหญิง - อายุต่ำกว่า 20 ปี (ผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อ) - กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด - กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี	ลักษณะด้านสังคมคล้ายกัน
	<b>ลักษณะด้านเศรษฐกิจ</b> - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษา - มีรายได้ครัวเรือน (ผู้ปกครอง) 150,001-200,000 บาท/เดือน - ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปเรียน - ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ประมาณ 15 นาที	<b>ลักษณะด้านเศรษฐกิจ</b> - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวคือนักศึกษา - มีรายได้ครัวเรือน (ผู้ปกครอง) 50,001-150,000 บาท/เดือน - ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปเรียน - ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ประมาณ 15 นาที	ลักษณะด้านเศรษฐกิจด้านรายได้ของผู้ซื้อทับกับเช่าแตกต่างกัน

สัดส่วน	กลุ่มผู้ซื้อ	กลุ่มผู้เช่า	รวม
กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 54 (234 คน) สัดส่วนกลุ่มผู้ซื้อมากกว่า	กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 46 (199 คน)	กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ซื้อและเช่าใน งานวิจัย (433 คน)
	<b>ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม</b> - ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ - ปริมาณพล (ยกเว้น จ.นครปฐม) - ประเภทที่พักอาศัยเดิมคือบ้านเดี่ยว เป็นส่วนใหญ่ - โดยลักษณะการครอบครองเป็นของ บิดา-มารดา	<b>ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม</b> - ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ - ปริมาณพล (ยกเว้น จ.นครปฐม) และ ต่างจังหวัด - ประเภทที่พักอาศัยเดิมคือบ้าน เดี่ยวเป็นส่วนใหญ่ - โดยลักษณะการครอบครองเป็น ของบิดา-มารดา	ลักษณะด้านที่อยู่อาศัยเดิม คล้ายกันแต่ <b>กลุ่มตัวอย่างเช่ามี ภูมิลำเนาจากต่างจังหวัด</b> ค่อนข้างมาก
วิคอนโด ศาลายา	กลุ่มตัวอย่างสัดส่วนร้อยละ 80	กลุ่มตัวอย่างสัดส่วนร้อยละ 20	กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ซื้อกับกลุ่มผู้ เช่าสัดส่วนแตกต่างกันอย่าง ชัดเจน (80:20)
	<b>ลักษณะด้านสังคม</b> - กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น <b>เพศชายและเพศ หญิงใกล้เคียงกัน (51:49)</b> - อายุ <b>36-40 ปี</b> - กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพ <b>โสดและสม รสใกล้เคียงกัน (57:43)</b> - ระดับการศึกษา <b>ปริญญาตรี</b>	<b>ลักษณะด้านสังคม</b> - กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น <b>เพศชายและ เพศหญิงใกล้เคียงกัน (49:51)</b> - อายุ <b>น้อยกว่า 20 ปี</b> (ผู้ปกครองเป็น ผู้เช่า) - กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี <b>สถานภาพ โสด</b> - กำลังศึกษาในระดับ <b>ปริญญาตรี</b>	ลักษณะด้านสังคมของกลุ่มผู้ซื้อ และกลุ่มผู้เช่า <b>แตกต่างกัน</b> อย่างชัดเจน ในทุก ๆ ด้าน
	<b>ลักษณะด้านเศรษฐกิจ</b> - กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ <b>พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และรับราชการ</b> - มีรายได้ครัวเรือน <b>100,001-250,000 บาท/เดือน</b> - <b>ใช้รถยนต์ส่วนตัว</b> ในการเดินทางไป เรียน - <b>ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง</b> ประมาณ <b>15 นาที</b>	<b>ลักษณะด้านเศรษฐกิจ</b> - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวคือนักศึกษา - มีรายได้ครัวเรือน (ผู้ปกครอง) 150,001-200,000 บาท/เดือน - ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป เรียน - <b>ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง</b> ประมาณ <b>15 นาที</b>	ลักษณะด้านเศรษฐกิจของผู้บริโภค ที่แบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า <b>แตกต่างกัน</b> อย่างชัดเจน แต่อย่างไรก็ ตามด้านรายได้ครัวเรือนกลับมี ระดับที่ใกล้เคียงกัน
	<b>ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม</b> - ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ <b>กรุงเทพฯ ปริมาณพล (ยกเว้น จ.นครปฐม)</b> - ประเภทที่พักอาศัยเดิมคือ <b>บ้านเดี่ยว</b> เป็นส่วนใหญ่ - โดยลักษณะการครอบครองเป็น ตนเองและของ <b>บิดา-มารดา</b> มีสัดส่วน ใกล้เคียงกัน (56:43)	<b>ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม</b> - ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ - ปริมาณพล (ยกเว้น จ.นครปฐม) และ ต่างจังหวัด - ประเภทที่พักอาศัยเดิมคือบ้าน เดี่ยวเป็นส่วนใหญ่ - โดยลักษณะการครอบครองเป็น ของบิดา-มารดา	ลักษณะด้านที่อยู่อาศัยเดิมของ ผู้บริโภคที่แบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและ กลุ่มผู้เช่า <b>แตกต่างกัน</b> ในส่วนของ การครอบครองที่อยู่อาศัยเดิม

### 6.1.2 วัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียม

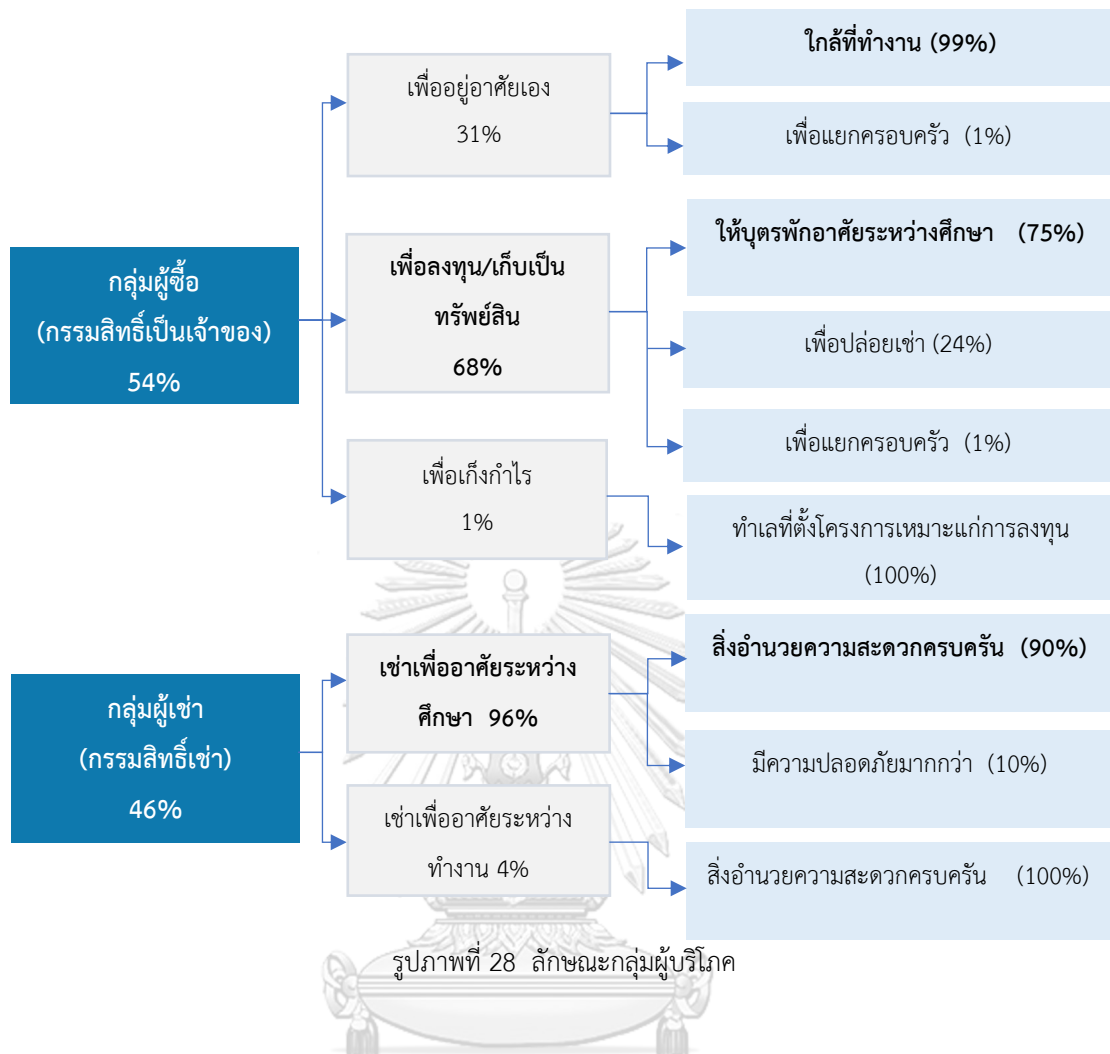
จากการศึกษาวัตถุประสงค์ในการเลือกคอนโดมิเนียม ได้จำแนกไว้ 2 ประเภท คือวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ และวัตถุประสงค์ในการเลือกเช่า ดังนี้

**วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ** พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินคิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาก็คือซื้อเพื่ออยู่อาศัยคิดเป็นร้อยละ 31 และซื้อเพื่อเก็งกำไรคิดเป็นร้อยละ 1 ทั้งนี้ เหตุผลของการเลือกซื้อเพื่ออยู่อาศัยและการลงทุนมีความเหมือนกันคือเพราะโครงการตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาทำให้การเดินทางไปเรียนหรือทำงานนั้นสะดวก แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่ซื้อเพื่อเก็งกำไรจะให้เหตุผลที่ต่างออกไปคือเลือกซื้อเพราะทำเลที่เหมาะสมแก่การลงทุน

หากพิจารณาในระดับโครงการพบว่ากลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินมีสัดส่วนมากที่สุดทั้ง 3 โครงการ ดังนี้โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา คิดเป็นร้อยละ 74 , 73 และ 63 ตามลำดับ เหตุผลในการเลือกซื้อเพราะทำเลที่ตั้งโครงการใกล้มหาวิทยาลัย เดินทางไปเรียน/ทำงานสะดวก ซึ่งกลุ่มนี้จะพักอาศัยเป็นระยะเวลา 1-4 ปี หรือจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา และหลังจากนั้นจะทำการปล่อยเช่าต่อ เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสในการลงทุนระยะยาว และพื้นที่นี้มีจำนวนนักศึกษาใหม่เพิ่มขึ้นทุก ปี

**วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่า** พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษามากถึงร้อยละ 96 และรองลงมา คือเช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงานร้อยละ 4 ทั้งนี้ เหตุผลของการเลือกเช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษาและทำงานมีความเหมือนกันคือเพราะสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

หากพิจารณาในระดับโครงการพบว่ากลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษามีสัดส่วนมากที่สุดทั้ง 3 โครงการ ดังนี้โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา คิดเป็นร้อยละ 93 ,100 และ 100 ตามลำดับ เหตุผลในการเลือกเช่าแตกต่างกันคือโครงการไอคอนโดศาลายา และโครงการอิลิท ศาลายา ให้เหตุผลในการเลือกเช่าเพราะสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเป็นสำคัญ ในขณะที่กลุ่มผู้เช่าโครงการวีคอนโด ศาลาให้เหตุผลในการเลือกเช่าเพราะราคาเช่าเมื่อเปรียบเทียบกับอพาร์ทเมนท์แล้วใกล้เคียงกัน (รูปภาพ 28)



### 6.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกคอนโดมิเนียมของกลุ่มผู้บริโภค

จากการศึกษาด้านปัจจัยการเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา ของผู้บริโภคโดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่ามีข้อสรุปดังนี้

**กลุ่มผู้ซื้อ** ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด (4.7) รองลงมาคือด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.2) และด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ (4.1) โดยพิจารณาแยกโครงการแล้วพบว่ากลุ่มผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการเลือกด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด ในขณะที่ลำดับรองลงมานั้นจะแตกต่างกัน ได้แก่โครงการไอคอนโต ศาลายา นั้นให้ความสำคัญด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อโครงการอิลิท ศาลายา และ โครงการวีคอนโตให้ความสำคัญด้านด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ และอันดับสาม กลุ่มผู้ซื้อโครงการไอคอนโต ศาลายา และโครงการวีคอนโต ศาลายา ให้ความสำคัญด้านเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ กลุ่มผู้ซื้อโครงการอิลิท ศาลายา ให้ความสำคัญด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด

**กลุ่มผู้เช่า** ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด (4.7) รองลงมาคือด้านวัสดุ ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2) และด้านราคาเช่า (4.2) โดยพิจารณาแยกโครงการแล้วพบว่ากลุ่มผู้เช่าทั้ง 3 โครงการเลือกด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด ในขณะที่ลำดับรองลงมานั้นจะแตกต่างกัน ได้แก่โครงการไอคอนโด ศาลายา นั้นให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ในขณะที่โครงการอิทธิ ศาลายาและโครงการวีคอนโด ศาลายาให้ความสำคัญด้านราคาเช่า และอันดับสาม กลุ่มผู้เช่าโครงการไอคอนโด ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา ให้ความสำคัญด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด โดยกลุ่มผู้เช่าโครงการอิทธิ ศาลายาให้ความสำคัญด้านการต้อนรับ ดูแล และการนำเสนอข้อมูลจากพนักงาน

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภคของกลุ่มผู้เช่าและกลุ่มผู้เช่ามีความคล้ายคลึงกัน คือเลือกด้านทำเลที่ตั้งโครงการที่ใกล้มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา เป็นหลักทุกคล้ายคลึงกันทั้ง 3 โครงการ ดังนั้นปัจจัยการตัดสินใจเลือกในลำดับสอง และ สามจึงมีความสำคัญด้วย (ตาราง 46)

ตารางที่ 46 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค

โครงการ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียม				
	วัตถุประสงค์ในการเลือกของกลุ่มผู้ซื้อ			วัตถุประสงค์ในการเลือกกลุ่มผู้เช่า	
	เพื่ออยู่อาศัย	เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน	เพื่อเก็งกำไร	เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา	เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน
ไอคอนโด ศาลายา	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8)</b> 2. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.3) 3. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์ (4.2)	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7)</b> 2. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.1)	ไม่พบผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7)</b> 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (4.3) 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2)	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8)</b> 2. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.2) 3. ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน (4.2)
อิทธิ ศาลายา	<b>1. ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ (5.0)</b> 2. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.8)	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.4)</b> 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์ (4.0) 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (3.8)	ไม่พบผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.8)</b> 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์ (4.1) 3. ด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน (4.0)	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียม					
โครงการ	วัตถุประสงค์ในการเลือกของกลุ่มผู้ซื้อ			วัตถุประสงค์ในการเลือกกลุ่มผู้เช่า	
	เพื่ออยู่อาศัย	เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน	เพื่อเก็งกำไร	เช่าพักอาศัยเพื่อศึกษา	เช่าพักอาศัยเพื่อทำงาน
คอนโดเดิ	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7)</b> 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์ (4.4) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.0)	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7)</b> 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์ (4.4) 3. ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ (4.2)	<b>1. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์ (4.8)</b> 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ (4.5) 3. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.5)	<b>1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (4.7)</b> 2. ด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์/ค่ามัดจำเช่า (4.5) 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (4.1)	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง

กล่าวโดยสรุป คือ กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน ร้อยละ 68 โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อคือให้บุตรพักอาศัยระหว่างศึกษา ร้อย 75 ของกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน (พักอาศัยเอง 1-4 ปี หรือจนกว่าบุตรจะสำเร็จการศึกษา หลังจากนั้นจะปล่อยเช่า) ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ร้อยละ 31 โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อคือเพราะเดินทางสะดวกใกล้ที่ทำงาน/ศึกษาร้อยละ 99 ซื้อเพื่ออยู่อาศัย และเพื่อเก็งกำไร ร้อยละ 1 โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อคือทำเลที่ตั้งโครงการเหมาะแก่การลงทุน ร้อยละ 100 ของกลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร

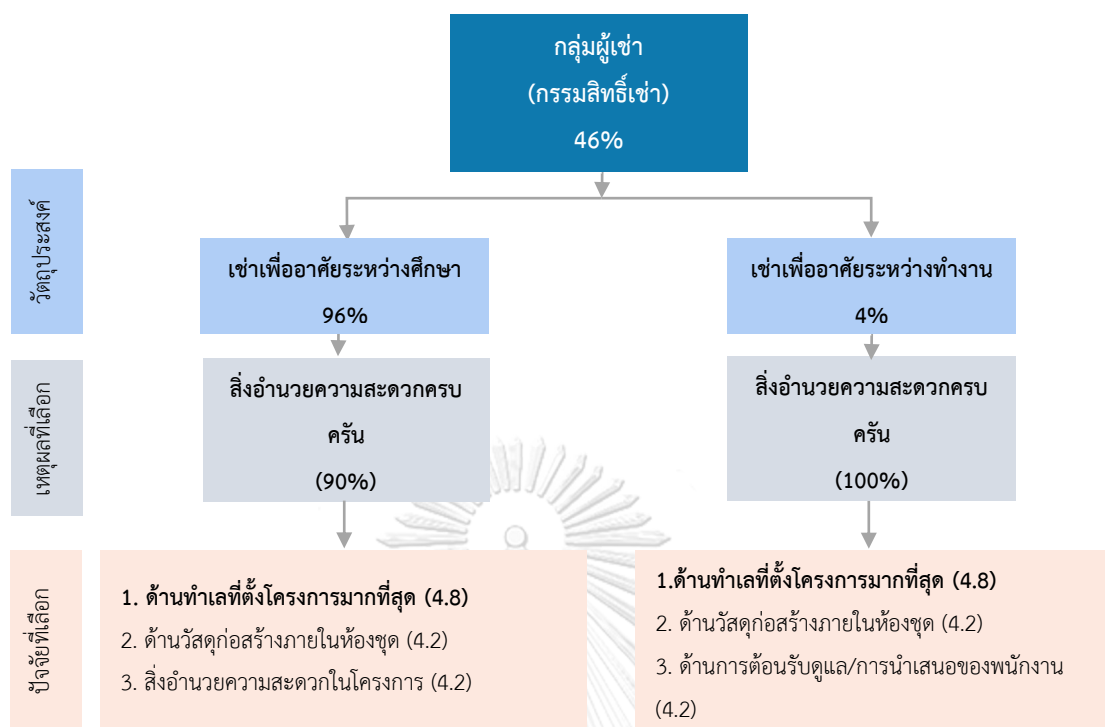
โดยมีปัจจัยการเลือกของกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน ด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อเพ็งกำไรให้ความสำคัญด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์มากที่สุด อย่างไรก็ตามลำดับรองลงมานั้นแตกต่างกัน ได้แก่กลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน นั้นให้ความสำคัญด้านเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไรให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ และอันดับสาม กลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยให้ความสำคัญด้านราคา/ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ กลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ และกลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (รูปภาพ 29)



รูปภาพที่ 29 สรุปปัจจัยการเลือกซื้อ

กล่าวโดยสรุป คือ กลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเช่าคือเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษา ร้อยละ 96 โดยมีเหตุผลในการเลือกเช่าเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ร้อย 90 ของกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษา เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงาน ร้อยละ 4 โดยมีเหตุผลในการเลือกเช่าเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ร้อย 100 ของกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงาน

โดยปัจจัยการเลือกของกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษาและกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงานนั้นเหมือนกัน คือด้านทำเลที่ตั้งโครงการมากที่สุด ลำดับรองลงมานั้นให้ความสำคัญด้านวัสดุก่อสร้างภายในห้องชุด อย่างไรก็ตามมีความแตกต่างกันในลำดับสามคือกลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษาให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ ในขณะที่กลุ่มผู้เช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างทำงานนั้นให้ความสำคัญด้านการต้อนรับ/ดูแล/การนำเสนอจากพนักงาน (รูปภาพ 30)



รูปภาพที่ 30 สรุปปัจจัยการเลือกเช่า

#### 6.1.4 ปัจจัยสำคัญลักษณะกายภาพที่ส่งในการเลือกคอนโดมิเนียมของกลุ่มผู้บริโภค

จาก (ตาราง 42) วิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบปัจจัยลักษณะกายภาพโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ พบว่าผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและกลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน และกลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร โครงการไอคอนโด ศาลายา โครงการอิลิท ศาลายา และ โครงการวีคอนโด ศาลายา เลือกปัจจัยลักษณะกายภาพประเภทส่วนกลางโครงการคือที่จอดรถมากที่สุดเช่นกับผู้บริโภคกลุ่มผู้เช่าพักพักอาศัยระหว่างศึกษา และ กลุ่มผู้เช่าพักอาศัยระหว่างทำงาน (ตาราง 47)

ตารางที่ 47 ปัจจัยสำคัญด้านลักษณะกายภาพ

โครงการ	กลุ่มผู้ซื้อ			กลุ่มผู้เช่า	
	เพื่ออยู่อาศัย	เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน	เพื่อเก็งกำไร	เช่าพักระหว่างศึกษา	เช่าพักระหว่างทำงาน
ไอคอนโดศาลายา	<b>1.ที่จอดรถ</b> 2.เตียงพร้อมที่นอน 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	<b>1.ที่จอดรถ</b> 2.เครื่องปรับอากาศ 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง	<b>1.ที่จอดรถ</b> 2.ตู้เสื้อผ้าแบบBuilt in 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	<b>1.ที่จอดรถ/ฟิตเนส</b> 2.เตียงพร้อมที่นอน/เครื่องใช้ไฟฟ้า 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ

โครงการ	กลุ่มผู้ซื้อ			กลุ่มผู้เช่า	
	เพื่ออยู่อาศัย	เพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน	เพื่อเก็งกำไร	เช่าพัก ระหว่างศึกษา	เช่าพัก ระหว่างทำงาน
อิลิท ศาลายา	1.ที่จอดรถ 2.เตียงพร้อมที่นอน 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศ 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศ 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง
วีคอนโด ศาลายา	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศและตู้เสื้อผ้าแบบ Built in 3.บริการรถรับ-ส่ง	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศ 3.ร้านสะดวกซื้อ	1.ที่จอดรถ, สระว่ายน้ำ, ฟิตเนส และห้องอ่านหนังสือ 2.เครื่องปรับอากาศและตู้เสื้อผ้าแบบ Built in 3.เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ/ซักรีด และบริการรถรับ-ส่ง	1.ที่จอดรถ 2.เครื่องปรับอากาศและตู้เสื้อผ้าแบบ Built in 3.ร้านสะดวกซื้อ	ไม่พบกลุ่มตัวอย่าง

## 6.2 อภิปรายผล

1) ลักษณะการครอบครองกรรมสิทธิ์แบบเช่าคอนโดมิเนียมนั้น จากการศึกษพบว่า มีมากถึงร้อยละ 46 ซึ่งเป็นนักศึกษาเข้ามาเช่ามากถึงร้อยละ 93 ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าจากเดิมนั้นรูปแบบการเช่าที่พักนักศึกษาคือหอพัก อพาร์ทเมนท์ที่อยู่โดยรอบมหาวิทยาลัย จากงานวิจัยของ พันเลิศ ัญญุศิริ (2537) แต่ปัจจุบันรูปแบบการเช่าที่พักอาศัยมีแนวโน้มเปลี่ยนไป มาเช่าที่พักรูปแบบคอนโดมิเนียมมากขึ้นจากการศึกษาที่พบข้างต้น ในขณะที่ราคาเช่า 7,000-9,000 บาท/เดือน และมีระยะเวลาเช่า 1-4 ปี โดยเลือกเช่าคอนโดมิเนียมเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเป็นอันแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ สรณยางกูล (2550) ที่กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ เตียงนอนและที่นอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง แก้วน้ำ ชั้นวางทีวี ฝ้าม่าน ระเบียง อีกทั้งอพาร์ทเมนท์ นิสิตนักศึกษามีโต๊ะไว้เขียนหนังสือและใช้คอมพิวเตอร์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เช่า รองลงมาคือมีความปลอดภัยมากกว่า และราคาเช่าเมื่อเปรียบเทียบกับอพาร์ทเมนท์แล้วใกล้เคียงกัน

ทั้งนี้กลุ่มผู้ครอบครองกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ (กลุ่มผู้ซื้อ) และครอบครองกรรมสิทธิ์เช่า(กลุ่มผู้เช่า) ส่วนใหญ่มีการย้ายจากภูมิลำเนาเดิมคือจากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (ยกเว้น จ. นครปฐม) และมีที่อยู่อาศัยเดิมเป็นลักษณะประเภทบ้านเดี่ยว ซึ่งจะเห็นว่าเป็นลักษณะการซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยเพิ่มตามวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อหรือเช่าคอนโดมิเนียม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉวีวรรณ เตนไพบูลย์ (2536) กล่าวว่า ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง มิได้เกิดจากความขาดแคลนที่อยู่อาศัยแต่

เกิดจากความตองการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง ที่ใกล้สถานศึกษาหรือที่ทำงาน การที่นักศึกษาซื้อหรือเช่าคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัย สะท้อนให้เห็นถึงอุปสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไปคอนโดมิเนียมจึงเป็นอีกทางเลือกในการอยู่อาศัย

2) วัตถุประสงค์การเลือกคอนโดมิเนียม พบว่ากลุ่มผู้ครอบครองกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ (กลุ่มผู้ซื้อ) ตรงกับแนวคิดของ มานพ พงศทัต (2541) แบ่งประเภทของผู้ตัดสินใจซื้อเพื่อการลงทุนและเก็งกำไร ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) Real Buyer ซื้อที่ต้องการอยู่อาศัยจริง 2) Investment หรือ Saving & Capital Gain ซื้อไว้เพื่อการลงทุน รับโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเองเพื่อปล่อยเช่า หรือเพื่อเก็บไว้ให้ลูกหลาน 3) Speculator หรือ Opportunist ซื้อไว้เพื่อเก็งกำไร ต้องการขายต่อไม่ต้องการรับโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง จากการวิเคราะห์ผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สิน และซื้อเพื่อเก็งกำไรมีสัดส่วน 31:68:2 ตามลำดับ กลุ่มผู้ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินมีสัดส่วนมากที่สุด(ร้อยละ 68) มีปัจจัยการเลือกซื้อด้านทำเลที่ตั้งเป็นหลัก

โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อให้บุตรพักอาศัยขณะศึกษาร้อยละ 75 รองลงมาเพื่อปล่อยเช่า คิดเป็นร้อยละ 24 และแยกครอบครัวร้อยละ 1 มีข้อสังเกตสำคัญคือกลุ่มผู้ให้เหตุผลซื้อให้บุตรพักอาศัยระหว่างศึกษานั้นจะอยู่อาศัยโดยมีระยะเวลาชัดเจนคือ 1-4 ปี หรือจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา และหลังจากนั้นจะทำการปล่อยเช่า เนื่องจากเห็นว่าพื้นที่นี้มีจำนวนนักศึกษาใหม่เข้ามาอย่างต่อเนื่องและปล่อยเช่าได้ง่าย จึงเล็งเห็นการลงทุนระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ wallance (1971) ให้ความหมายที่อยู่อาศัยว่าเป็นสินค้านำลงทุนถาวร ท้ายที่สุดแล้วกลุ่มนี้จะกลายเป็นกลุ่มผู้ซื้อเพื่อปล่อยเช่าในอนาคต

ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไรที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด อาจมีแนวโน้มจากการปรับปรุงหลักเกณฑ์การกำกับดูแลสินเชื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งไม่ให้เกิดการเก็งกำไรในตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เกินพอดีของธนาคารแห่งประเทศไทย มีปัจจัยการเลือกด้านราคา/ระยะเวลาการผ่อนดาวน์ จะสังเกตได้ว่าเน้นเรื่องราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนิ ประเทืองนพคุณ (2559) กล่าวว่าผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไรเลือกซื้อคอนโดราคาขายต่ำที่สุดของโครงการ

ส่วนผู้เช่านั้นมีวัตถุประสงค์ในการเช่าเพื่อพักอาศัยระหว่างศึกษา และทำงาน โดยมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าคอนโดมิเนียมด้านทำเลที่ตั้งเป็นหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฝนทิพย์ วงศ์สุภาตติกุล (2558) กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยคือปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสอดคล้องกับงานของ รวีโรจน์ อัมพลเสียร (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ทำเลที่ตั้งกับการเช่าอยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับทำเล ที่ตั้งที่ต้องอยู่ใกล้แหล่งงาน แหล่งสถานศึกษา ใกล้ร้านสะดวกซื้อหรือร้านค้า อีกทั้งมีการเดินทางสะดวก สามารถเข้าถึงการคมนาคมได้

3) ทำเลที่ตั้งมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายาเป็นปัจจัยหลักต่อการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียม จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญคือทำเลที่ตั้งโครงการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่ากว่าร้อยละ 98 และ 96 ตามลำดับ โดยจะเห็นว่ากลุ่มผู้ครอบครองกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ (กลุ่มผู้ซื้อ) มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 54 ส่วนใหญ่นักศึกษา (ผู้ปกครองซื้อ) พนักงานเอกชน เจ้าของกิจการและข้าราชการ ร้อยละ 25, 25, 24 และ 18 ตามลำดับ ซึ่งเรียน และทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา และ ศูนย์การแพทย์ มหิดล ศาลายา ทั้งนี้มีเหตุผลสำคัญคือ ผู้บริโภคที่แบ่งเป็นผู้ซื้อและผู้เช่าเดินทางไปศึกษาสะดวกใกล้มหาวิทยาลัย สะท้อนให้เห็นถึงการเลือกที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้สถานศึกษา/แหล่งงาน โดยมีมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา เป็นแหล่งดึงดูดนักศึกษาและบุคลากรเพื่อทำให้เกิดชุมชน ที่ต้องการที่พักอาศัยมารองรับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกรณ์ พันธจิตวุฒิชัย (2558) กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านที่ตั้ง คือ ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา สภาพแวดล้อมโดยรอบ และสอดคล้องกับแนวคิดของ G. a. N. Madelyn, Levine (1992) นำที่พำนักอาศัยและแหล่งงานมาอยู่ใกล้กัน เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างที่พำนักอาศัยกับแหล่งงานจนเกิดเป็นชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัย รวีโรจน์ อัมพล เสถียร (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ทำเลที่ตั้งกับการเช่าอยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับทำเลที่ตั้งที่ต้องอยู่ใกล้แหล่งงาน แหล่งสถานศึกษา ใกล้ร้านสะดวกซื้อหรือร้านค้า อีกทั้งมีการเดินทางสะดวก สามารถเข้าถึงการคมนาคมได้

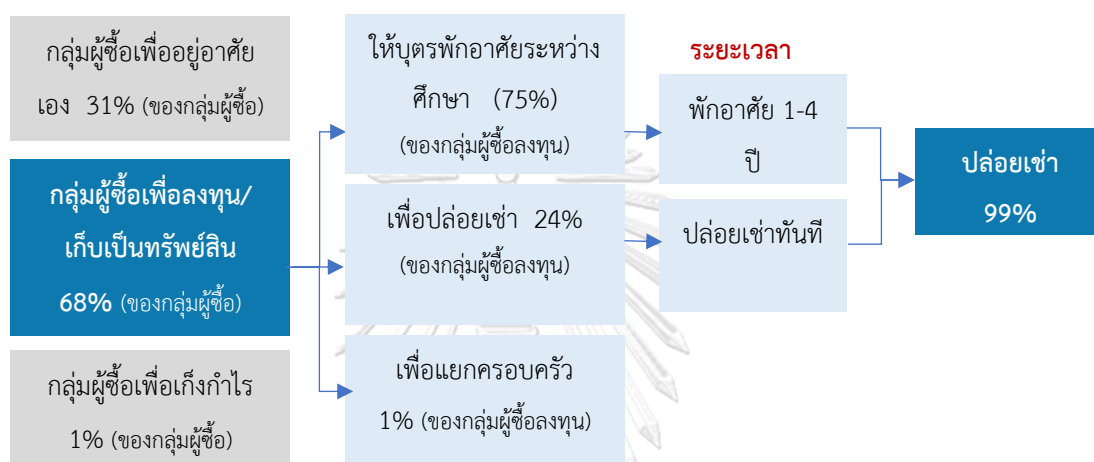
อย่างไรก็ตามหากพิจารณาปัจจัยการตัดสินใจของกลุ่มผู้ซื้อ พบว่ากลุ่มที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยและซื้อเพื่อการลงทุน มีการตัดสินใจที่แตกต่างจากกลุ่มซื้อเพื่อเก็งกำไร คือ เลือกปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ส่วนกลุ่มซื้อเพื่อเก็งกำไรจะให้ความสำคัญกับเรื่องราคา และเมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างโครงการ พบว่าโครงการวิคอนโด ศาลายามีที่จอดรถ 100% ในขณะที่ความต้องการที่จอดรถของผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่ามีมากถึงร้อยละ 95 และ 93 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะด้านเศรษฐกิจของทั้ง 2 กลุ่มที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก และเห็นได้ว่าโครงการวิคอนโด ศาลายามีสัดส่วนผู้ซื้อกว่าโครงการอื่น

### 6.3 ข้อค้นพบที่สำคัญ

จากผลการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นสำคัญ โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1) ผู้ที่เลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ซื้อ (กรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ) มีอยู่ร้อยละ 54 และกลุ่มผู้เช่าซึ่งมีมากถึงร้อยละ 46 โดยกลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่ร้อยละ 93 เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดล ทั้งนี้ ค่าเช่าคอนโดมิเนียมอยู่ระหว่าง 7,000-9,000 บาท/เดือนและนักศึกษาส่วนใหญ่เลือกเช่าคอนโดเพราะเดินทางสะดวก ใกล้มหาวิทยาลัย และมีความปลอดภัยในการอยู่อาศัย

2) การซื้อคอนโดมิเนียมรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ส่วนใหญ่กลุ่มผู้ซื้อ ร้อยละ 68 ซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินในขณะที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยเองมีเพียง ร้อยละ 31 และซื้อเพื่อเก็งกำไร ร้อยละ 1 ทั้งนี้ในการซื้อเพื่อลงทุนนั้น เป็นการซื้อเพื่อให้บุตรพักอาศัยระหว่างศึกษาสูงถึง ร้อยละ 75 และหลังจากนั้นจะทำการปล่อยเช่าต่อ ที่เหลือจะเป็นการซื้อเพื่อปล่อยเช่าร้อยละ 24 และเพื่อแยกครอบครัวร้อยละ 1 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินนั้นท้ายที่สุดแล้วจะเป็นการซื้อเพื่อปล่อยเช่าถึงร้อยละ 99 โดยรวมผู้ซื้อเพื่อปล่อยเช่าทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 67 กลุ่มผู้ซื้อ มีลักษณะการลงทุนเป็นช่วงเป็นดังนี้ (รูปภาพ 31)



รูปภาพที่ 31 ลักษณะการซื้อเพื่อลงทุน/เก็บเป็นทรัพย์สินตามระยะเวลา

#### 6.4 ข้อค้นพบสำคัญอื่น ๆ

เนื่องจากโครงการกรณีศึกษา ทั้ง 3 โครงการตั้งอยู่ในซอยตั้งสิน มีระยะความยาวของซอยประมาณ 1.6 กิโลเมตร ซึ่งเป็นถนนซอยส่วนบุคคล ดังนั้นจึงมีกฎระเบียบที่ต้องใช้ถนนเส้นนี้ร่วมกันโดยเจ้าของที่ดิน ไม่นอนุญาตให้จอดรถบริเวณที่ดินที่ไม่ใช่ของโครงการ ทั้งนี้คอนโดมิเนียมทั้ง 3 โครงการมีจำนวนยูนิตรวมกันเป็นจำนวนมากถึง 2,162 ยูนิต และภายในซอยยังมีจำนวนอพาร์ทเมนท์ตั้งอยู่เป็นจำนวนมากจึงมีคนพักอาศัยภายในซอยนี้ค่อนข้างมาก และพบว่ากลุ่มตัวอย่างงานวิจัยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปสู่สถานศึกษาและที่ทำงาน ทำให้มีความต้องการที่จอดรถเป็นอย่างมากจากข้อมูลวิเคราะห์ข้างต้น ทั้งนี้โครงการไอคอนโด ศาลายา และ โครงการอิลิท ศาลายา มีจำนวนที่จอดรถตามกฎหมายกำหนดแต่ยังไม่เพียงพอให้กับลูกบ้านของคอนโดตนเอง ในขณะที่โครงการวีคอนโด ศาลายานั้นได้มีการพัฒนาที่หลังสุด จึงสังเกตเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นและได้จัดทำที่จอดรถให้รับรองครบทุกยูนิต จึงทำให้เห็นว่าการออกแบบโครงการ และการจัดเตรียมพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นส่วนกลาง หรือส่วนบริการนั้นมีสำคัญกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพื่อตอบสนองการใช้งานได้อย่างสูงสุด

## 6.5 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

### 1) ข้อเสนอแนะต่อมหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ทำเลที่ตั้ง เป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึง เช่น แหล่งงาน สถานศึกษา ซึ่งทำเลที่ตั้งจะสอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและเช่า ทั้งนี้จะเกิดเป็นแหล่งชุมชนที่ต้องการที่พักอาศัยตามมา ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรการวางแผนจัดเตรียมที่พักอาศัยเพื่อรองรับสำหรับกลุ่มคนเหล่านี้ นอกจากนี้ยังควรพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ การเดินทางมีความสะดวกสบาย สาธารณูปโภค สาธารณูปการ และสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบ

### 2) ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการพัฒนาคอนโดมิเนียม

1. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือเป็นกลุ่มที่น่าสนใจอย่างมาก กล่าวคือ เป็นกลุ่มผู้ที่มีงานและรายได้ที่มั่นคง มีรายได้สูง และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยและเก็บเป็นทรัพย์สิน โดยมีเหตุผลในการซื้อที่เกี่ยวกับครอบครัว (ให้บุตรพักอาศัยขณะศึกษา) โดยกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีรายได้ครัวเรือนประมาณ 200,001-250,000 บาทต่อเดือน ซึ่งข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการคือ การตั้ง ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อและมีโปรโมชั่นพิเศษเพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าดังกล่าว จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ครอบครองกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ (กลุ่มผู้ซื้อ) เพื่อให้บุตรพักอาศัยระหว่างศึกษา ทำายที่สุดแล้วจะทำปล่อยให้เช่า ทั้งนี้คอนโดมิเนียมอาจจะกลายเป็นอาคารเช่าเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้อง เตรียมแนวทางการบริหารจัดการระบบนิติบุคคล ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้เช่าพักอาศัย เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เช่าสามารถอยู่ร่วมกันได้ รวมถึงมีการบริหารจัดการด้านกายภาพให้น่าอยู่อาศัย และบริการที่สะดวกรวดเร็ว ควรเสนอทั้งสินค้าและบริการที่เป็นทั้งสิ่งที่จับต้องได้ เช่น อาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น บรรยากาศโดยรอบ ความสะอาดในที่พัก ความรู้สึกในการอยู่อาศัย

2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์และความน่าเชื่อถือ เมื่อคอนโดมิเนียมผู้ประกอบการ/แบรนด์ มีความน่าเชื่อถือ มีการออกแบบที่อยู่อาศัย โดยคำนึงถึงการการอยู่อาศัยได้อย่างเต็มศักยภาพ ผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพงานก่อสร้าง ทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจในการเลือกซื้อ คอนโดมิเนียม จึงควรปรับปรุงจุดอ่อน เสริมจุดแข็ง เพื่อเสริมสร้างชื่อเสียงของผู้ประกอบการให้มากขึ้น

### 3) ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการพัฒนาหอพัก อพาร์ทเมนท์

กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนกลุ่มผู้เช่าใกล้เคียงกับผู้ซื้อ ซึ่งทำให้เห็นว่ามีทางเลือกเช่าคอนโดมิเนียมมากขึ้น ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหอพัก หรือ อพาร์ทเมนท์ ให้มีลักษณะกายภาพ ความปลอดภัยที่ทัดเทียมกับคอนโดมิเนียมมากขึ้นเพื่อรักษารฐานลูกค้าไว้ ผู้ประกอบการที่พักของเอกชน ต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมคุณภาพของนักศึกษาพอๆ กับการคำนึงถึงผลประโยชน์ เนื่องจากที่พักอาศัยของนักศึกษามีลักษณะแตกต่างจากที่พักอาศัยประเภทอื่น เพราะเป็นทั้งที่พักและแหล่งเรียนรู้ในการใช้ชีวิตร่วมกัน



## 6.6 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่บริเวณโดยรอบ มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา ซึ่งมีพื้นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐอีกหลายแห่งที่มีแนวโน้มการพัฒนาคอนโดมิเนียมโดยรอบเพิ่มมากขึ้น และมีผู้บริโภครวมกลุ่มผู้ซื้อและผู้เช่าในลักษณะเดียวกัน เช่น พื้นที่บริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) โดยผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาในหลายพื้นที่เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลการศึกษาข้อมูลที่ชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น



ภาคผนวก ก



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ตารางค่าเช่าอพาร์ทเมนท์

ตารางที่ 48 ราคาเช่า

ลำดับ	ชื่ออพาร์ทเมนท์	ราคาเช่า/เดือน
1	The Box Residence	6000
2	Paradiso Salaya	4500
3	ทริปป็อบเอ เรสซิเดนซ์	6000
4	Triple A.	4500
5	Chatthanan Apartment	6000
6	I.P Apartment	6000
7	หอพัก มหิดล ศาลายา บ้านมยุรี	5500
8	The Address Apartment	5500
9	เดอะ คอทเทจ ศาลายา	6500
10	The Room	4500
11	ma Maison ศาลายา	6500
12	Dusanee Apartment	6500
13	The Sense S1-S2	7500
14	หอพักสตรี วีรันดา เลออลอร์ด	7500
15	Khum Kao Dormitory	7500
16	The Dearly Residence Salaya	6000
17	. PJ PLACE	7500
18	INSPIRE	7500
19	โบนันซ่า เฟลส	7500
20	นาเดีย เฟลส	6000
21	แสงจันทร์เฟลส	6000
22	7   9 Place Salaya	6500
23	The Living G Salaya	7000
24	หอพัก บ้านร่มเย็น	4500
25	LOFT Salaya	6500
26	LONGITUDE SALAYA	4500
27	Longitude-Latitude Apartment	4500
28	Baan Panyapapha	4500
29	The Palm Resort	7000
30	มาย โฮม salaya	4500
31	THE TIME 24	8500
32	คุณหลวงอพาร์ทเมนท์	5500
33	Bundt Place	5500
34	สิริ อพาร์ทเมนท์	4500
35	สิริสัมพันธ์ เฟลส	4500
36	เอ.อาร์. อพาร์ทเมนท์	4500

37	The Best Plus Residence	8500
38	B5 at Salaya	5500
39	T. S. HOUSE	7000
40	Triple Five Salaya	4000
41	Ts Mansion	4000
42	The Enter	6500
43	อพักบ้านกฤษกร	4500
44	SP Mansion	3500
45	VA Apartment วีเอพาร์ทเมนท์	4000

### ความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์กับภูมิลำเนา

#### โครงการไอคอนโด ศาลายา

ตารางที่ 49 ความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์และภูมิลำเนา

แสดงความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อ สัปดาห์และภูมิลำเนา		จำนวนวันที่ พักต่อสัปดาห์				รวม ทั้งหมด	
		7 วัน /สัปดาห์		5 วัน /สัปดาห์			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนาเดิม	จ.นครปฐม	2	5	19	33	21	21
	กรุงเทพมหานคร และนนทบุรี , ปทุมธานี, สมุทรปราการ ,สมุทรสาคร	11	26	36	62	47	46
	ต่างจังหวัด	29	67	2	3	31	31
	ไม่ตอบ	1	2	1	2	2	2
รวม		43	100	58	100	101	100

#### โครงการอิลิท ศาลายา

ตารางที่ 50 ความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์และภูมิลำเนา

แสดงความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อ สัปดาห์และภูมิลำเนา		จำนวนวันที่ พักต่อสัปดาห์				รวม ทั้งหมด	
		7 วัน /สัปดาห์		5 วัน /สัปดาห์			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนาเดิม	จ.นครปฐม	5	12	6	35	11	18
	กรุงเทพมหานคร และนนทบุรี , ปทุมธานี, สมุทรปราการ ,สมุทรสาคร	17	38	8	47	25	41
	ต่างจังหวัด	22	50	3	18	25	41
	ไม่ตอบ	0	0	0	0	0	0
รวม		14	100	17	100	61	100

## โครงการวีคอนโด ศาลายา

ตารางที่ 51 ความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์และภูมิภาค

แสดงความสัมพันธ์จำนวนวันที่พักอยู่ ณ โครงการแห่งนี้ต่อสัปดาห์และภูมิภาค		จำนวนวันที่พักต่อสัปดาห์				รวมทั้งหมด	
		7 วัน /สัปดาห์		5 วัน /สัปดาห์			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิภาคเดิมน	จ.นครปฐม	0	0	5	18	5	13
	กรุงเทพมหานคร และนนทบุรี , ปทุมธานี, สมุทรปราการ ,สมุทรสาคร	8	80	22	82	30	81
	ต่างจังหวัด	1	10	0	0	1	3
	ไม่ตอบ	1	10	0	0	1	3
รวม		10	100	28	100	37	100

## 2) ประเภทห้องชุดภายในโครงการที่ตัดสินใจเลือก

ตารางที่ 52 ความสัมพันธ์ประเภทห้องคอนโดมิเนียมและโครงการที่เลือกซื้อ

ประเภทห้องคอนโดมิเนียมที่ตัดสินใจเลือกซื้อ	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สตูดิโอ	7	10	6	40	0	0	13	6
1 ห้องนอน	65	88	9	60	114	79	188	80
2 ห้องนอน	2	2	0	0	31	21	33	14
รวม	74	100	15	100	145	100	234	100

## ขนาดห้องที่ตัดสินใจเลือกซื้อ

ตารางที่ 53 ความสัมพันธ์ขนาดห้องและโครงการที่เลือกซื้อของผู้อยู่อาศัย

ขนาดห้องคอนโดมิเนียมที่ตัดสินใจเลือกซื้อ	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ตร.ม.	7	9	6	40	0	0	13	6
26 – 30 ตร.ม.	39	53	7	47	0	0	46	20
31 - 35 ตร.ม.	26	35	2	13	105	72	133	57
36 - 40 ตร.ม.	1	1	0	0	8	6	9	4
41 – 45 ตร.ม.	0	0	0	0	0	0	0	0
45 – 50 ตร.ม.	1	1	0	0	11	8	12	5
มากกว่า 50 ตร.ม.	0	0	0	0	21	14	21	9
รวม	74	100	15	100	145	100	234	100

## (2) ราคาขาย

ตารางที่ 54 ราคาที่ซื้อคอนโดมิเนียม

ราคาคอนโดมิเนียมที่ตัดสินใจเลือกซื้อ	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.5 - 1.99 ล้านบาท	54	73	11	73	97	67	162	70
2.0 - 2.99 ล้านบาท	20	27	4	27	49	33	72	30
รวม	74	100	15	100	145	100	234	100

## (3) ช่องทางการรับสื่อของผู้ซื้อ

ตารางที่ 55 จำนวนร้อยละของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ของโครงการ

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ		ผู้ซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สืบหาด้วยตัวเอง	7	9	4	27	27	71	38	16
ป้ายโฆษณา	14	19	3	20	33	23	50	21
แผ่นพับ/ใบปลิว	2	3	0	0	4	3	6	3
อินเทอร์เน็ต	22	30	1	6	60	41	83	35
เพื่อนแนะนำ	29	38	7	47	20	14	56	24
ไม่ตอบ	0	0	0	0	1	1	1	0
รวม	74	100	15	100	145	100	234	100

## ประเภทห้องคอนโดมิเนียมที่เช่า

ตารางที่ 56 ความสัมพันธ์ประเภทห้องคอนโดมิเนียมและโครงการที่เลือกซื้อ

ประเภทห้องคอนโดมิเนียมที่ตัดสินใจเลือกเช่า	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวมทั้งหมด	
	ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ

ประเภทห้องคอนโดมิเนียมที่ ตัดสินใจเลือกเช่า	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
	ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สตูดิโอ	20	20	19	31	0	0	39	20
1 ห้องนอน	75	74	40	65	32	87	147	74
2 ห้องนอน	6	6	2	3	5	13	13	6
<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>199</b>	<b>100</b>

### ขนาดห้องที่ตัดสินใจเลือกเช่า

ตารางที่ 57 ความสัมพันธ์ขนาดห้องและโครงการที่เลือกซื้อของผู้อยู่อาศัย

ขนาดห้องคอนโดมิเนียมที่ ตัดสินใจเลือกเช่า	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
	ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ตร.ม.	6	6	7	11	0	0	13	7
26 – 30 ตร.ม.	72	71	43	70	0	0	115	58
31 - 35 ตร.ม.	16	16	8	13	30	81	54	27
36 - 40 ตร.ม.	0	0	0	0	2	5	2	1
41 – 45 ตร.ม.	6	6	0	0	0	0	6	3
46 – 50 ตร.ม.	0	0	0	0	0	0	0	0
มากกว่า 50 ตร.ม.	0	0	0	0	5	14	5	3
ไม่ตอบ	1	1	3	5	0	0	4	2
<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>199</b>	<b>100</b>

### (2) ราคาเช่า

ตารางที่ 58 ราคาที่เช่าคอนโดมิเนียม

ราคาคอนโดมิเนียมที่ตัดสินใจ เลือกเช่า	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วิคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
	ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7,000 - 8,000 บาท/เดือน	51	50	34	56	25	69	110	56
8,001 - 9,000 บาท/เดือน	40	40	25	41	6	17	71	34
9,001 บาท/เดือน ขึ้นไป	10	10	2	3	5	13	17	9
ไม่ตอบ	0	0	0	0	1	1	1	1
<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>199</b>	<b>100</b>

### (3) ช่องทางการรับสื่อของผู้เข้า

ตารางที่ 59 จำนวนร้อยละของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ของโครงการ

วัตถุประสงค์ในการเลือกเข้า คอนโดมิเนียม	ไอคอนโด ศาลายา		อิลิท ศาลายา		วีคอนโด ศาลายา		รวม ทั้งหมด	
	ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า		ผู้เช่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สืบหาด้วยตัวเอง	20	20	18	30	3	8	41	20
ป้ายโฆษณา	14	14	4	7	1	3	19	10
แผ่นพับ/ใบปลิว	4	4	1	2	0	0	5	3
อินเทอร์เน็ต	24	29	6	10	1	3	31	15
เพื่อนแนะนำ	<u>39</u>	<u>39</u>	<u>32</u>	<u>53</u>	<u>32</u>	<u>87</u>	<u>103</u>	<u>52</u>
รวม	101	100	61	100	<u>37</u>	100	199	100





ภาคผนวก ข



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



ชุดที่.....

แบบสอบถามเพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรื่อง การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา  
: กรณีศึกษา โครงการไอคอนโด ศาลายา, โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา

แบบสอบถามข้อมูลที่ได้รับจากท่านทั้งหมด จะเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้นงานวิจัยของท่าน  
ในนามผู้วิจัยขอขอบคุณที่สละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการศึกษา

โดย น.ส. พิมพ์ประไพ อุคนปละ เบอร์ติดต่อ 087 4444 756

บัณฑิต ภาควิชาสหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุณากรอกข้อความลงในช่องว่างและขีดเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ต้องการ ตามความเห็นของท่านหรือใกล้เคียงที่สุด

ส่วนที่ 1 : ลักษณะเศรษฐกิจ สังคม และ ที่อยู่อาศัยเดิม

1. ท่านเลือกคอนโดมิเนียมชื่อหรือเข้าโครงการใด

iCondo Salaya  Elite Salaya  Vcondo Salaya

2. เพศ  ชาย

หญิง

3. สถานะ  โสด

สมรส มีบุตร \_\_\_\_\_ คน

หย่า/หม้าย มีบุตร \_\_\_\_\_ คน

4. อาชีพ

นักศึกษา รัฐบาล

รัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

เจ้าของกิจการ

อาชีพอิสระ

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (เช่น แพทย์)

รัฐบาล

อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

5. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่า ปวช.

ปวช./ปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

6. รายได้ต่อครัวเรือน (บาทต่อเดือน)

ไม่เกิน 50,000 บาท

50,001 – 100,000 บาท

100,001 – 150,000 บาท

150,001 – 200,000 บาท

200,001 – 250,000 บาท

250,001 – 300,000 บาท

300,001 – 400,000 บาท

400,001 – 500,000 บาท

500,001 บาท ขึ้นไป

7. รายได้ส่วนบุคคลของท่าน

ไม่เกิน 50,000 บาท

50,001 – 100,000 บาท

100,001 – 150,000 บาท

150,001 – 200,000 บาท

200,001 – 250,000 บาท

250,001 บาทขึ้นไป

8. ภูมิลำเนาอยู่ที่ใด (จังหวัด)

จ.นครปฐม

กรุงเทพมหานคร และนนทบุรี , ปทุมธานี, สมุทรปราการ,สมุทรสาคร

ต่างจังหวัด โปรดระบุ .....

9. ที่ทำงานปัจจุบันอยู่ที่ใด โปรดระบุ .....

10. การเดินทางไปเรียน / ทำงาน ด้วยยานพาหนะใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1)

รถยนต์ส่วนตัว

รถตู้รับ-ส่งของคอนโดมิเนียม

รถโดยสารประจำทาง

มอเตอร์ไซด์รับจ้าง

มอเตอร์ไซด์ส่วนตัว

อื่นๆ โปรดระบุ .....

11. ระยะเวลาในการเดินทางไป-กลับจากที่ทำงาน/สถานศึกษา ใช้เวลาเท่าไร
- ประมาณ 15 นาที                       ประมาณ 30 นาที                       ประมาณ 45 นาที
- ประมาณ 60 นาที                       มากกว่า 60 นาที                       อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_
12. ท่านมีที่อยู่อาศัยอื่นนอกเหนือจากคอนโดมิเนียมนี้หรือไม่ ประเภทที่อยู่อาศัยของท่านเป็นประเภทใด มีลักษณะการครอบครองกรรมสิทธิ์อย่างไร และมีจำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมกันในบ้านกี่คน
- มี (โปรดตอบคำถามด้านล่าง)                       ไม่มี

ประเภทที่อยู่อาศัยคือ	ลักษณะการครอบครองกรรมสิทธิ์คือ	จำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมกันกี่คน
<input type="checkbox"/> บ้านเดี่ยว .....หลัง	<input type="checkbox"/> เป็นเจ้าของ	<input type="checkbox"/> 2 คน
<input type="checkbox"/> อาคารพาณิชย์ .....ห้อง	<input type="checkbox"/> เป็นของ บิดา / มารดา	<input type="checkbox"/> 3 คน
<input type="checkbox"/> แฟลต .....ห้อง	<input type="checkbox"/> เช่าอยู่อาศัย	<input type="checkbox"/> 4 คน
<input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม .....หลัง	<input type="checkbox"/> บ้านพักสวัสดิการ	<input type="checkbox"/> 5 คน
<input type="checkbox"/> ตึกแถว / อาคารพาณิชย์ .....หลัง	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ _____	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ _____
<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ _____		

## ส่วนที่ 2 : การตัดสินใจเลือกซื้อและเช่าคอนโดมิเนียม

13. คอนโดมิเนียมที่เลือกมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในและภายนอก อะไรบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยของท่าน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริเวณภายในห้อง	บริเวณภายนอก (บริเวณส่วนกลางโครงการ)	ส่วนบริการของโครงการ
<input type="checkbox"/> ตู้เสื้อผ้าแบบ Built-in	<input type="checkbox"/> ห้องอ่านหนังสือ (Co-working space)	<input type="checkbox"/> เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ
<input type="checkbox"/> โต๊ะเครื่องแป้ง	<input type="checkbox"/> สระว่ายน้ำ	<input type="checkbox"/> ตู้คน้ำหยอดเหรียญ
<input type="checkbox"/> เตียงพร้อมที่นอน	<input type="checkbox"/> ห้องประชุม	<input type="checkbox"/> ร้านสะดวกซื้อ
<input type="checkbox"/> เครื่องปรับอากาศและ/หรือพัดลม	<input type="checkbox"/> ฟิตเนส	<input type="checkbox"/> บริการรถรับส่ง - ส่ง
<input type="checkbox"/> ชุดโต๊ะ เก้าอี้อ่านหนังสือทำงาน	<input type="checkbox"/> เกมสักรูม	<input type="checkbox"/> อื่นๆโปรดระบุ _____
<input type="checkbox"/> เครื่องใช้ไฟฟ้า (ทีวี, ตู้เย็น, ไมโครเวฟ, เครื่องซักผ้า)	<input type="checkbox"/> ล็อบบี้	
<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> ที่จอดรถ	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ _____	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ _____	

14. ท่านใช้ส่วนกลางของโครงการหรือไม่ และส่วนมากท่านใช้ส่วนกลางประเภทไหนมากที่สุด
- ใช้ โปรดระบุ \_\_\_\_\_                       ไม่ใช้
15. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมโดยรอบมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา
- ครอบครัว                       ตนเอง                       เพื่อน                       อื่นๆ \_\_\_\_\_
16. ที่ตั้งของคอนโดมิเนียมอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีผลต่อการเลือกคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคหรือไม่
- มีผล เพราะเหตุใดโปรดระบุ \_\_\_\_\_
- ไม่มีผล เพราะเหตุใดโปรดระบุ \_\_\_\_\_
17. ท่านรู้จักคอนโดมิเนียมแห่งนี้จากแหล่งใด
- สืบหาด้วยตัวเอง                       ป้ายโฆษณา                       แผ่นพับ/ใบปลิว                       วิทยุ                       ผ่านอินเทอร์เน็ต
- เพื่อนแนะนำ                       อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

ส่วนที่ 3 และ 4 : โดยจะแยกแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกซื้อและเช่าคอนโดมิเนียม โดยส่วนที่ 3 สำหรับผู้เลือกซื้อคอนโดมิเนียม และส่วนที่ 4 สำหรับผู้เลือกเช่าคอนโดมิเนียมดังนี้

ผู้ซื้อคอนโดมิเนียม	ผู้เช่าคอนโดมิเนียม
<p><b>ส่วนที่ 3 : สำหรับกลุ่มลูกค้าซื้อคอนโดมิเนียม</b></p> <p>18. วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมใกล้ม.มหิดล ศาลายา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> ซื้อเพื่ออยู่อาศัย (หมายถึงซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง)</p> <p>เหตุผลที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยเพราะ</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อทำอาชีพขณะที่ศึกษาต่อ      <input type="checkbox"/> ใกล้ที่ทำงาน</p> <p><input type="checkbox"/> แต่งงาน      <input type="checkbox"/> มีบุตร      <input type="checkbox"/> มีบ้านอยู่ต่างจังหวัด</p> <p><input type="checkbox"/> แยกครอบครัวจากบิดามารดา      <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อลงทุน / เพื่อเป็นทรัพย์สิน (หมายถึง ซื้อเพื่อลงทุน โอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง โดยอาจปล่อยเช่าต่อหรือรวมมูลค่าเพิ่มในอนาคต)</p> <p>เหตุผลที่ซื้อเพื่อลงทุน / เพื่อเป็นทรัพย์สินเพราะ</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อปล่อยเช่า      <input type="checkbox"/> เพื่อเป็นบ้านพักที่ 2</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อให้ลูกทำอาชีพขณะศึกษา</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อเป็นการออมแทนการเก็บเงินรวมมูลค่าทรัพย์สินเพิ่มขึ้น</p> <p><input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....</p> <p><input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อเก็งกำไร (หมายถึงต้องการขายต่อ ไม่ต้องการไ้เอาเป็นของตนเอง โดยถือไว้ในระยะเวลาสั้นๆ เช่น การขายไปจอง)</p> <p>เหตุผลที่ซื้อเพื่อเก็งกำไร</p> <p><input type="checkbox"/> ทำเลที่ตั้งคอนโดมิเนียมเหมาะสมแก่การลงทุน เดินทางสะดวก</p> <p><input type="checkbox"/> เป็นที่ต้องการของตลาด</p> <p><input type="checkbox"/> เห็นช่องทางการลงทุน (เป็นช่องทางที่น่าสนใจและให้ผลตอบแทนสูง)</p> <p><input type="checkbox"/> เจ้าของโครงการน่าเชื่อถือ</p> <p>19. ผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยมีความประสงค์อาศัยอยู่ที่โครงการคอนโดมิเนียมแห่งนี้มานานเท่าไร (สำหรับผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัย)</p> <p><input type="checkbox"/> 1-4 ปี      <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ปี      <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....</p> <p>20. ประเภทและขนาดห้องคอนโดมิเนียมที่ซื้อ</p> <p><input type="checkbox"/> สตูดิโอ      ขนาดห้อง..... ตร.ม.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 ห้องนอน      ขนาดห้อง..... ตร.ม.</p> <p><input type="checkbox"/> 2 ห้องนอน      ขนาดห้อง..... ตร.ม.</p> <p><input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... ขนาดห้อง..... ตร.ม.</p> <p>21. จำนวนยูนิตที่ซื้อ</p> <p><input type="checkbox"/> 1 ยูนิต      <input type="checkbox"/> 2 ยูนิต      <input type="checkbox"/> 3 ยูนิต</p> <p><input type="checkbox"/> 4 ยูนิต      <input type="checkbox"/> 5 ยูนิตขึ้นไป ระบุ.....</p>	<p><b>ส่วนที่ 4 : สำหรับกลุ่มลูกค้าเช่าคอนโดมิเนียม</b></p> <p>18. ท่านเคยเช่าที่อยู่อาศัยอื่นบริเวณโดยรอบม.มหิดล ศาลายาอื่นก่อนนี้หรือไม่ ท่านเช่าที่อยู่อาศัยประเภทใดและมีจำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมกันกี่คน</p> <p><input type="checkbox"/> เคย (โปรดตอบคำถามเพิ่มเติมด้านล่าง)      <input type="checkbox"/> ไม่เคย</p> <p>1 ประเภทที่เช่าพักอาศัยคือ</p> <p><input type="checkbox"/> บ้านเดี่ยว ระบุชื่อโครงการ.....</p> <p><input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนต์ ระบุชื่อโครงการ.....</p> <p><input type="checkbox"/> แพลต ระบุชื่อโครงการ.....</p> <p><input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม ระบุชื่อโครงการ.....</p> <p><input type="checkbox"/> ทาวน์เฮ้าส์ / อาคารพาณิชย์ ระบุชื่อโครงการ.....</p> <p><input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....</p> <p>2 จำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมกันกี่คน</p> <p><input type="checkbox"/> 2 คน      <input type="checkbox"/> 3 คน      <input type="checkbox"/> 4 คน      <input type="checkbox"/> 5 คน      <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....</p> <p>19. วัตถุประสงค์ในการเลือกเช่าคอนโดมิเนียมใกล้ม.มหิดล ศาลายา</p> <p><input type="checkbox"/> เข้าพักอาศัยเพื่อศึกษาต่อ</p> <p><input type="checkbox"/> เข้าพักอาศัยเพื่อทำงาน</p> <p><b>สาเหตุที่เช่าคอนโดมิเนียม</b></p> <p>1. เหตุผลที่เช่าคอนโดเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน</p> <p><input type="checkbox"/> กฎระเบียบน้อยกว่า</p> <p><input type="checkbox"/> พื้นที่ใช้สอยตรงกับความต้องการ</p> <p><input type="checkbox"/> ภายในห้องตกแต่งสวยงาม</p> <p><input type="checkbox"/> ราคาเช่าเมื่อเทียบกับอพาร์ทเมนต์ใกล้เคียงกัน</p> <p><input type="checkbox"/> มีความปลอดภัยมากกว่า</p> <p>2. ท่านพักอาศัยอยู่ที่นี้กี่วันต่อสัปดาห์</p> <p><input type="checkbox"/> ทุกวัน      <input type="checkbox"/> 5 วัน/สัปดาห์      <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....วัน</p> <p>20. ผู้เช่ามีความประสงค์เช่าอาศัยอยู่ที่โครงการคอนโดมิเนียมแห่งนี้ นานเท่าไร</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่เกิน 1 ปี      <input type="checkbox"/> 1-2 ปี      <input type="checkbox"/> 4 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 5 ปี      <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....</p>

ผู้ซื้อคอนโดมิเนียม	ผู้เช่าคอนโดมิเนียม
<b>ส่วนที่ 3 : สำหรับกลุ่มลูกค้าซื้อคอนโดมิเนียม</b>	<b>ส่วนที่ 4 : สำหรับกลุ่มลูกค้าเช่าคอนโดมิเนียม</b>
22. ราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ <input type="checkbox"/> ราคา 1.5 - 1.99 ล้านบาท <input type="checkbox"/> ราคา 2.0 - 2.49 ล้านบาท <input type="checkbox"/> ราคา 3.0 - 3.50 ล้านบาท	21. ประเภทและขนาดห้องคอนโดมิเนียมที่เช่า <input type="checkbox"/> สตูดิโอ ขนาดห้อง..... ตร.ม. <input type="checkbox"/> 1 ห้องนอน ขนาดห้อง..... ตร.ม. <input type="checkbox"/> 2 ห้องนอน ขนาดห้อง..... ตร.ม. <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....ขนาดห้อง..... ตร.ม.
23. ค่าส่วนกลางที่บาทต่อตารางเมตร/เดือน <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 30 บาท/ตร.ม./เดือน <input type="checkbox"/> 35 บาท/ตร.ม./เดือน <input type="checkbox"/> 40 บาท/ตร.ม./เดือน <input type="checkbox"/> 45 บาท/ตร.ม./เดือน <input type="checkbox"/> 50 บาท/ตร.ม./เดือน <input type="checkbox"/> 55 บาท/ตร.ม./เดือนขึ้นไป <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....	22. จำนวนยูนิตที่เช่า <input type="checkbox"/> 1 ยูนิต <input type="checkbox"/> 2 ยูนิต <input type="checkbox"/> 3 ยูนิต <input type="checkbox"/> 4 ยูนิต <input type="checkbox"/> 5 ยูนิตขึ้นไป ระบุ.....
24. ใครเป็นผู้ซื้อคอนโดมิเนียม <input type="checkbox"/> ตัวเอง <input type="checkbox"/> ผู้ปกครอง <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....	23. ราคาค่าเช่าเท่าไร <input type="checkbox"/> ราคาค่าเช่า 4,500 - 5,500 บาท/เดือน <input type="checkbox"/> ราคาค่าเช่า 6,500 - 7,500 บาท/เดือน <input type="checkbox"/> ราคาค่าเช่า 8,500 - 9,500 บาท/เดือน <input type="checkbox"/> ราคาค่าเช่า 9,500 ขึ้นไป <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....
25. ท่านชำระเงินซื้อคอนโดมิเนียมลักษณะใด 1. ท่านชำระเงินสดหรือไม่ <input type="checkbox"/> ไม่ชำระเงินสด (เพราะเหตุผลใด) <input type="checkbox"/> ขายต่อ <input type="checkbox"/> ขายใบจอง <input type="checkbox"/> ที่งี่สัญญา <input type="checkbox"/> จอง+ทำสัญญา แล้วโอนกรรมสิทธิ์ <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... <input type="checkbox"/> ชำระเงินสดจำนวนเงินดาวน์.....% ของราคาซื้อ 2. ท่านได้โอนกรรมสิทธิ์หรือไม่ <input type="checkbox"/> ไม่โอนกรรมสิทธิ์ (สาเหตุที่ไม่โอนกรรมสิทธิ์) <input type="checkbox"/> ขายต่อ <input type="checkbox"/> ขายใบจอง <input type="checkbox"/> ที่งี่สัญญา <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... <input type="checkbox"/> โอนกรรมสิทธิ์	24. ค่าส่วนกลางที่บาทต่อตารางเมตร/รวมอยู่ในค่าเช่าหรือไม่ ค่าส่วนกลาง .....บาท/เดือน <input type="checkbox"/> รวมค่าส่วนกลาง <input type="checkbox"/> ไม่รวมค่าส่วนกลาง โดยผู้ชำระเองที่มีสัญญาเช่า ชำระค่าส่วนกลางล่วงหน้า <input type="checkbox"/> 6 เดือน <input type="checkbox"/> 12 เดือน <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....
2.1 แหล่งที่มาของเงินโอนกรรมสิทธิ์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1) <input type="checkbox"/> เงินสด .....% <input type="checkbox"/> เงินกู้ .....% ธนาคารที่ท่านกู้คือ.....	25. ใครเป็นผู้เช่าคอนโดมิเนียม <input type="checkbox"/> ตัวเอง <input type="checkbox"/> ผู้ปกครอง <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....
2.2 วงเงินกู้ของท่าน ..... บาท 2.3 ระยะเวลาในการกู้ ..... ปี 2.4 ท่านผ่อนชำระรายเดือนเป็น .....% ของรายได้ 2.5 อัตราการผ่อนชำระให้ธนาคาร/ เดือน <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 8,000 บาท <input type="checkbox"/> 8,001-16,000 บาท <input type="checkbox"/> 16,001-24,000 บาท <input type="checkbox"/> 24,001-32,000 บาท <input type="checkbox"/> 32,001-40,000 บาท <input type="checkbox"/> 40,000 บาท ขึ้นไป	26. เงื่อนไขการชำระราคาที่เช่าคอนโดมิเนียม <input type="checkbox"/> วางเงินมัดจำ (โปรดตอบคำถามด้านล่าง) 1. จำนวนเงินชำระค้ำมัดจำ <input type="checkbox"/> 3 เดือนของค่าเช่า <input type="checkbox"/> 6 เดือนของค่าเช่า <input type="checkbox"/> 12 เดือนของค่าเช่า <input type="checkbox"/> ชำระตลอดสัญญาเช่า <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....บาท 2. หากย้ายออกก่อนอายุสัญญาเช่า <input type="checkbox"/> คืนเงินประกันให้ทั้งหมด <input type="checkbox"/> คืนเงินประกันให้บางส่วน ..... บาท <input type="checkbox"/> ไม่คืนเงินประกัน 3. ค่าประกันเฟอร์นิเจอร์ <input type="checkbox"/> มี ..... บาท <input type="checkbox"/> ไม่มี ..... บาท 4. ผู้ชำระเงินค้ำมัดจำคือใคร <input type="checkbox"/> ผู้ปกครอง <input type="checkbox"/> ตัวเอง <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... <input type="checkbox"/> ไม่วางมัดจำ

ผู้ซื้อคอนโดมิเนียม	ผู้เช่าคอนโดมิเนียม
<p style="text-align: center;"><b>ส่วนที่ 3 : สำหรับกลุ่มลูกค้าซื้อคอนโดมิเนียม</b></p> <p>26. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับผู้ใดในคอนโดมิเนียมที่ซื้อนี้ และจำนวนกี่คน</p> <p><input type="checkbox"/> บิดา-มารดา    <input type="checkbox"/> คู่สมรส    <input type="checkbox"/>ญาติที่น้อง</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อน    <input type="checkbox"/> แฟน    <input type="checkbox"/> บุตรธิดา</p> <p><input type="checkbox"/> อยู่คนเดียว    <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....</p> <p>จำนวนที่พักอาศัยอยู่ด้วยกัน.....คน</p> <p>27. ผู้บริโภคเปรียบเทียบโครงการคอนโดมิเนียมอื่นหรือไม่ ที่ไหนบ้างก่อนตัดสินใจซื้อ และเหตุใดเลือกคอนโดมิเนียมนี้</p> <p><input type="checkbox"/> เปรียบเทียบ</p> <p><input type="checkbox"/> อีลิท ศาลายา    <input type="checkbox"/> วิคอนโด ศาลายา</p> <p><input type="checkbox"/> เพลศาลายา    <input type="checkbox"/> ศาลายาคอนโด</p> <p><input type="checkbox"/> อื่นๆ.....</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่เปรียบเทียบ</p>	<p style="text-align: center;"><b>ส่วนที่ 4 : สำหรับกลุ่มลูกค้าเช่าคอนโดมิเนียม</b></p> <p>27. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับผู้ใดในคอนโดมิเนียมที่เช่านี้ และจำนวนกี่คน</p> <p><input type="checkbox"/> บิดา-มารดา    <input type="checkbox"/> คู่สมรส    <input type="checkbox"/> ญาติที่น้อง</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อน    <input type="checkbox"/> แฟน    <input type="checkbox"/> บุตรธิดา</p> <p><input type="checkbox"/> อยู่คนเดียว    <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....</p> <p>จำนวนที่พักอาศัยอยู่ด้วยกัน.....คน</p> <p>28. ผู้เช่าเปรียบเทียบคอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนท์อื่นหรือไม่ ที่ไหนบ้างก่อนตัดสินใจเช่าและเหตุใดเลือกคอนโดมิเนียมนี้</p> <p><input type="checkbox"/> เปรียบเทียบ</p> <p><input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม โปรตระกูลชื่อโครงการ.....</p> <p><input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนท์ โปรตระกูลชื่อโครงการ.....</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่เปรียบเทียบ</p>

**ส่วนที่ 5 : ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมใกล้สถานศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา**

ข้อพิจารณาในการตัดสินใจเลือกโครงการคอนโดมิเนียมใกล้สถานศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา คืออะไร (ทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่างตามตัวเลขโดยมีความหมายของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจดังนี้ 5 = มากที่สุด , 4 = มาก , 3 = ปานกลาง , 2 = น้อย , 1 = น้อยที่สุด)

29. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกสำหรับผู้ซื้อ และ ผู้เช่า	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ					
2. ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ					
3. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ					
4. ปัจจัยโปรโมชันส่งเสริมการขาย					
5. ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ					
6. ปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด					
7. ปัจจัยด้านราคา/ระยะเวลาผ่อนเงินค่างวด , ค่ามัดจำเช่าคอนโดมิเนียม					
8. ปัจจัยด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอ ข้อมูลของพนักงาน					

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



## บรรณานุกรม

- Apiwat Ratanawaraha. (1997). **Do green belts create job-housing balance** (Master's degree), University of Cambridge.
- Armstrong and Kotler. (2004). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. N J: Prentice Hall International.
- Barri, N., & F.E., H. (1977). **Geographic Perspective on Urban System**. New Jersey: Prentice Hall.
- Becker, F. d. (1977). **User participation and environment meaning**. Cornell University.
- Cervero, R. (1989). **Jobs-Housing Balancing and Regional Mobility**. *Journal of the American Planning Association*, 55(2), Pages 136-150.
- Geographic Perspective on Urban System**. New Jersey (Prentice Hall 1970).
- Lane Council of Government. (2000). **Examining the public sector role in regional distribution of job and housing**. Retrieved from [www.region2020.org/pdf/meetings/jobhouse2.pdf](http://www.region2020.org/pdf/meetings/jobhouse2.pdf).
- Madelyn, & Ned Levine. (1992). **Regional Growth Local Reaction: The Enactment and Effects of Local Growth Control and Management Measures in California**: Lincoln Institute of Land Policy.
- Peng, Z.-R. (1997). **The Jobs-Housing Balance and Urban Commuting**. *Urban Studies*, 34(8), 1215-1235. doi:10.1080/0042098975600
- Region 2020. (2000). **Smart growth definition, principles, and designations**. Retrieved from <http://www.sandiego.org/region2020/smartgrowth.pdf>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, (1994). **Consumer behavior (5th ed.)**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- W. Lean and B. Goodal. (1977). **Aspects of Land Economics**. The Estate Gazette Limited.
- Wallace, S. F. (1971). **Housing The Social and Economic Element**. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.
- Walpery. (1955). **Behavioral Aspects of the Location to Migrate**.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

- จันทร์ (2559). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่พัฒนาโดยนักพัฒนาศูนย์การค้า  
**กรณีศึกษา โครงการเอสเซ็นท์คอนโดมิเนียม จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น และ  
 จังหวัดระยอง.** (ปริญญาโท), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉวีวรรณ เต้นไพบูลย์. (2536). **ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของ  
 ผู้มีรายได้ปานกลาง.** จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ วี พรินท์.
- ปกรณ์ พันธุ์จิตวุฒิชัย. (2558). **กระบวนการและปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการพัฒนา  
 อสังหาริมทรัพย์ ขนาดเล็ก : กรณีศึกษา เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร.** (ปริญญา  
 เคาหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักร สำหรับการอยู่อาศัย ในเขต  
 กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.** มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พันเลิศ ธีญญสิริ. (2537). **การศึกษาลักษณะทางกายภาพที่พักของนักศึกษา บริเวณชุมชนโดยรอบ  
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.** จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มานพ พงศทัต. (2541). **กลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย.
- มานพ พงศทัต. (2543). **ระบบสินเชื่อที่อยู่อาศัยนโยบายการออมก่อนซื้อ.** บ้านและเงิน.
- รวีโรจน์ อัมพลเสียร. (2558). **ปั๊มเงินด้วยอสังหาฯ ไว้ใช้ตลอดชาติ.** สมุทรปราการ: บริษัท มาย เบส  
 บุคส์ จำกัด.
- วาโร เฟิงส์สวัสดิ์. (2553). **สถิติประยุกต์ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ: สุวีนิยาสาส์น.
- ศุภวัฒน์ บางชวด. (2551). **สภาพการอยู่อาศัยภายในโครงการอุตสาหกรรมขนาดย่อม : กรณีศึกษา  
 เขตประกอบการอุตสาหกรรมแพคตอรีแลนด์วังน้อย.** (ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย.
- สุวิทย์ อาชวุฒิกุลวงศ์. (2537). **การศึกษาความต้องการบ้านหลังที่สองในเมืองของผู้ทำงานในย่าน  
 ศูนย์กลางธุรกิจ บริเวณสีลม สรวงค์.** จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- อำนาจ สังข์ศรีแก้ว. (2548). **สภาพการอยู่อาศัยและสภาพสังคมของนักศึกษาในเขตเมืองนครปฐม.  
 (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.**



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวพิมพ์ประไพ อุดมปละ
วัน เดือน ปี เกิด	21 สิงหาคม พ.ศ. 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดเชียงราย
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2548-2552 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สาขา อุตสาหกรรมบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2560-2561 เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สาขา เคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ (ภาคนอกเวลาราชการ) ภาควิชาเคหะการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
ผลงานตีพิมพ์	"การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกคอนโดมิเนียมบริเวณโดยรอบ มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา : กรณีศึกษาโครงการไอคอนโด ศาลายา, โครงการอิลิท ศาลายา และโครงการวีคอนโด ศาลายา" วารสารวิชาการสาระ ศาสตร์, ฉบับที่ 2/2562.ตีพิมพ์ในวารสารอิเล็กทรอนิกส์ วันที่ 19 กรกฎาคม 2562
รางวัลที่ได้รับ	ได้รับทุนเรียนดีจาก สาขาการพัฒนที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ภาควิชาเคห การ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แก่ 1.ทุนเกรดเฉลี่ยสูงสุดชั้นปี ประจำภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2561 2.ทุนเกรดเฉลี่ยสูงสุดชั้นปีประจำภาคการศึกษาปลายปีการศึกษา 2561