

# การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

## The Decision of Purchasing Condominium in the Future of Sky Train Project

ภาณุพันธ์ ทับทิม 1

ชฎาพร ทีฆาอุตมากร 2

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคคลที่เคยซื้อคอนโดมิเนียมหรือบุคคลที่มีความตั้งใจที่จะซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคตภายในระยะเวลา 1 ปี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากการส่งแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ ด้วยเว็บไซต์ Google form และเผยแพร่ต่อไปยัง Social Network ได้แก่ Facebook Line โดยกลุ่มเป้าหมายหลักในการเก็บข้อมูล ได้แก่กลุ่มผู้ใช้งาน Facebook ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่นกลุ่ม Facebook ชมรมคนรักรถไฟฟ้า เป็นต้น ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ Independent t-test One-way ANOVA และ Multiple Regression

ผลการวิจัยพบว่า ประชากรที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ประชากรที่ศึกษาส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยหลักในชีวิตประจำวัน มีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยเลือกรับข่าวสารผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต มากที่สุด งบประมาณในการซื้อที่ตั้งไว้อยู่ระหว่าง 1,000,001 – 2,000,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการห้องชุดพักอาศัยรูป 1 ห้องนอน ต้องการห้องขนาด 27 - 33 ตารางเมตร และสนใจในแนวเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าสายสีส้ม ศูนย์วัฒนธรรม – มินบุรี มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในท่ารถโครงการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการของสำนักงานขายโครงการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของโครงการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคตของผู้บริโภค

1 นักศึกษา สาขาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2 รองศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### **Abstract**

The objective of this study is 1. To study the behavior of condominium purchasing in the future sky train project. 2. To study the factors that influences the purchasing of the future sky train condominium project. The judgmental sampling was used by 400 people. The instrument used in this research was a questionnaire. The statistics used were Mean Frequency Standard Deviation (SD). Assumptions using t-test Independent, F-test Inferential Statistics, perform multiple regression analysis to study the relationship between dependent and independent variables.

The results showed that The majority of the population studied is female. Age between 20-30 years. Single status, Bachelor's degree. Private company employee with a monthly income of 10,000 - 20,000 baht. The majority of the population studied With the objective of buying as a primary residence in daily life Have to make a purchase decision by themselves By choosing to receive the news via the Internet the most, the purchase budget is set between 1,000,001 - 2,000,000 baht. Most of the demand for 1-bedroom condominiums requires a room size of 27 - 33 square meters and is very interested in the Orange line Thailand Cultural Center - Min Buri the most.

The hypothesis testing results of 7 marketing factors, which are product factors Price factor Factors concerning the location of the sky train station and facilities in the area around the project Marketing promotion factors Service process factor of the project sales office Personnel factors Physical factors of the project Affect the decision to buy condominiums, future electric train routes of consumers. Entrepreneurs should explore needs in all 7 areas in order to be used in marketing activities to increase sales.

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการก่อสร้างรถไฟฟ้าหลายโครงการ ทำให้เส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต เริ่มมีโครงการคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นหลายโครงการ จำนวนหลายหมื่นยูนิต โดยมีทั้งราคา 1 ล้านบาท ไปจนถึงโครงการไฮเอนด์ราคาหลายล้านบาท ซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการของผู้พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร โดยพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเส้นทางรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย โดยส่วนหนึ่งมาจากการเปิดให้บริการที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ทำให้กลุ่มผู้พักอาศัยเริ่มมองหาสถานีและทำเลที่กำลังได้รับความนิยม โดยตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา มีผู้ประกอบการเข้าไปซื้อที่ดินและเปิดโครงการขายคอนโดมิเนียมในเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีชมพู รถไฟฟ้าสายสีส้ม และรถไฟฟ้าสายสีเหลืองเป็นจำนวนมาก โดยมียูนิตสะสมถึง 29,233 ยูนิต โดยเฉพาะหลังจากที่มีการเดินหน้าโครงการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในช่วงปี 2559 อัตราการเปิดคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ก็เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะรถไฟฟ้าสายสีส้ม เนื่องจากเป็นเส้นทางที่มีศักยภาพมากที่สุด เพราะเป็นเส้นทางที่ผ่านสถานที่สำคัญ ทั้งสถานที่ราชการ มหาวิทยาลัย โรงเรียน ย่านชุมชนที่มีประชากรอาศัยจำนวนมาก รวมทั้งศูนย์การค้า และยังเป็นเส้นทางที่มีโครงสร้างหลักเป็นเส้นทางใต้ดิน รวมทั้งมีจุดเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายอื่นอีกหลายสาย โดยมีจุดเริ่มต้นโครงการที่สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน สถานีลำสาละ ซึ่งเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีเหลือง รวมทั้งเป็นจุดเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ศาลาว่าการนนทบุรี – ลำสาละ ที่เป็นโครงการที่จะก่อสร้างในอนาคต

จากข้อมูลเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต ทำให้ผู้วิจัยให้ความสนใจในพฤติกรรม การเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์เป็นแนวทางว่าผู้ประกอบการและผู้สนใจลงทุนในโครงการคอนโดมิเนียม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านใดในการก่อสร้างคอนโดมิเนียม รวมทั้งปัจจัยที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างครบถ้วน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าใน

อนาคต

### สมมติฐานงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ทั้งทฤษฎีและแนวคิดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสามารถสรุปปัจจัยเพื่อนำมาตั้งเป็นสมมติฐานได้ 2 ส่วน ดังนี้

## ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 เพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้า  
ในอนาคต

สมมติฐานที่ 2 อายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้า  
ในอนาคต

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการ  
รถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 4 ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทาง  
โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 5 อาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเส้นทางโครงการ  
รถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทาง  
โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทาง  
โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการ  
รถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม  
เส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
คอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
คอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทาง  
โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม  
เส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต นำมาคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ข้อมูลเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2544 ได้ให้ความหมายของรถไฟฟ้า หมายถึง รถที่พ่วงกันเป็นขบวนยาวโดยขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า แล่นไปตามราง โดยรถไฟฟ้านั้นมีทั้งรถไฟลอยฟ้า (Sky Train) และรถไฟใต้ดิน (Subway)

ปัจจุบันได้มีการก่อสร้างรถไฟฟ้าหลายเส้นทางด้วยกัน โดยเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคตในเขตกรุงเทพและปริมณฑลนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) โดยเส้นทางรถไฟฟ้าที่กำลังก่อสร้าง และอยู่ในความรับผิดชอบของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทยนั้น ปัจจุบันประกอบไปด้วย 6 เส้นทาง ดังนี้

1. รถไฟฟ้าสายสีเขียว ส่วนต่อขยาย หมอชิต – คูคต
2. รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ส่วนต่อขยาย หัวลำโพง – หลักสอง
3. รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ส่วนต่อขยาย เตาปูน – ท่าพระ
4. รถไฟฟ้าสายสีส้ม ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย – มีนบุรี
5. รถไฟฟ้าสายสีชมพู แคราย – มีนบุรี
6. รถไฟฟ้าสายสีเหลือง ลาดพร้าว – สำโรง

### ประเภทของคอนโดมิเนียม

อาคารชุด หรือ คอนโดมิเนียม (Condominium) เป็นที่อยู่อาศัยรูปแบบหนึ่งที่เจ้าของห้องชุดจะต้องแบ่งปันกรรมสิทธิ์หรือความเป็นเจ้าของร่วมกับเจ้าของห้องชุดอื่น ๆ ในพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ทางเดิน บริเวณห้องโถง บันได ลิฟต์ โรงจอดรถ สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ซึ่งเจ้าของห้องทุกคนจะเป็นเจ้าของร่วมตามกฎหมาย ลักษณะของห้องในอาคารชุดจะเหมือนกับห้องอยู่อาศัย เพียงแต่เราเป็นเจ้าของห้อง ไม่ใช่ผู้เช่า

ปัจจุบันที่ดินมีราคาสูงขึ้นทุกปีจากการประเมิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ดินที่อยู่ในแนวเส้นทางรถไฟฟ้า จะมีราคาสูงขึ้นกว่าบริเวณอื่นมาก เพราะความสะดวกสบายในการใช้บริการรถไฟฟ้า ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์เลือกที่จะพัฒนาโครงการในเส้นทางรถไฟฟ้ามากกว่าบริเวณอื่น ซึ่งคอนโดมิเนียมเป็นทางเลือกที่เหมาะสมทั้งผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ และผู้ที่กำลังมองหาที่พักอาศัย เนื่องจากคอนโดมิเนียมในปัจจุบันเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งราคา

ของคอนโดมิเนียมจะแตกต่างกันไปตามพื้นที่ โดยปัจจุบันมีการแบ่งระดับของคอนโดมิเนียมไว้ 7 ระดับ ดังนี้

1. Ultimate หรือ Super Luxury เป็นคอนโดมิเนียมระดับบนสุด คอนโดมิเนียมประเภทนี้เป็นอสังหาริมทรัพย์ที่ดีมากเป็นพิเศษ ใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงสุด ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม อยู่ใจกลางเมือง ใกล้ย่านธุรกิจ ตกแต่งโครงการอย่างหรูหรา สภาพแวดล้อมบริเวณคอนโดมิเนียมมีความสะดวกสบาย มีการรักษาความปลอดภัยภายในโครงการอย่างดี จำนวนยูนิตไม่มากจนเกินไป ราคาโดยปกติของคอนโดมิเนียมระดับนี้จะอยู่ที่ตารางเมตรละ 160,000 บาทขึ้นไป

2. LUXURY เป็นคอนโดมิเนียมติดแบรนด์ระดับสูงสุด ตั้งอยู่ทำเลย่านใจกลางเมือง มีระบบขนส่งที่สะดวกต่อการเดินทาง เช่น รถไฟฟ้า เน้นความหรูหราของวัสดุและสิ่งอำนวยความสะดวก ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 130,000 – 160,000 บาท

3. คอนโดมิเนียมระดับบน มักจะตั้งอยู่บนทำเลดี เกาะแนวรถไฟฟ้า วัสดุระดับดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 100,000 – 130,000 บาท

4. Upper Class เป็นคอนโดระดับกลางก่อนไปทางระดับบน ทำเลไม่ห่างจากรถไฟฟ้ามาก แต่ไม่ได้ตั้งอยู่ภายในใจกลางเมืองและย่านธุรกิจมากนัก ส่วนมากมักจะห่างจากใจกลางเมืองออกมาไม่ไกลนัก ใช้วัสดุระดับดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 80,000 – 100,000 บาท

5. Main Class เป็นคอนโดมิเนียมระดับกลางที่ผู้ประกอบการนิยมพัฒนาโครงการกันมาก มีเป้าหมายกลุ่มใหญ่เป็นลูกค้าระดับกลาง ทำเลของโครงการจะอยู่ห่างจากรถไฟฟ้าไม่เกิน 1 กิโลเมตร หรือเป็นโครงการที่ตั้งอยู่ในแนวเส้นทางรถไฟฟ้าส่วนต่อขยาย ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 60,000 – 80,000 บาท

6. Economy เป็นคอนโดมิเนียมแบบประหยัด เป็นอีกรูปแบบที่ผู้ประกอบการนิยมพัฒนาโครงการกันมาก เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างมาก โดยมีทั้งกลุ่มลูกค้าระดับกลางและคนเริ่มต้นทำงาน ทำเลของโครงการจะอยู่ห่างจากรถไฟฟ้าตั้งแต่ 1 กิโลเมตรขึ้นไป วัสดุอยู่ในระดับพอใช้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น เช่น ที่จอดรถของโครงการ ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 45,000 – 60,000 บาท

7. Super Economy เป็นคอนโดมิเนียมระดับล่างสุด มีไม่กี่บริษัทที่สามารถพัฒนาโครงการได้ เพราะต้องทำให้ต้นทุนต่ำจริงๆ เป็นโครงการที่มีห้องชุดจำนวนมาก ใช้วัสดุระดับล่าง โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อไม่สูง สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีเท่าที่กฎหมายกำหนดไว้ ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 30,000 – 45,000 บาท

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร (2559) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้า ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และพบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อ

คอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครผู้บริโภคนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญกับ สิ่งอำนวยความสะดวกครบ ครัน (เช่น สระว่ายน้ำ, ฟิตเนส, สวน) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องรองลงมาคือ วัสดุที่ใช้ในการสร้าง มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา รูปแบบอาคารดูทันสมัย สวยงาม มีการบริการหลังการขายที่ดี เช่น การแจ้งซ่อม, การบริหารอาคาร มีการตกแต่งสำนักงานขาย และสภาพแวดล้อมของพื้นที่เยี่ยมชม รอบ โครงการ อย่างสวยงาม อาจเนื่องจาก ผู้บริโภคเห็นว่า สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (เช่น สระว่ายน้ำ, ฟิต เนส, สวน) วัสดุที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา รูปแบบอาคารดู ทันสมัย สวยงาม มี การบริการหลังการขายที่ดี เช่น การแจ้งซ่อม, การบริหารอาคาร มีการตกแต่ง สำนักงานขาย และ สภาพแวดล้อมของพื้นที่เยี่ยมชมรอบโครงการอย่างสวยงาม เป็นสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ คอนโดมิเนียมทุกแห่งควรจะต้องจัดให้มีไว้อยู่แล้ว

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ผู้วิจัยทำการเลือกศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคคลที่เคยซื้อคอนโดมิเนียมหรือ บุคคลที่มีความตั้งใจที่จะซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคตภายใน ระยะเวลา 1 ปี จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากการส่ง แบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ ด้วยเว็บไซต์ Google form และเผยแพร่ต่อไปยัง Social Network ได้แก่ Facebook Line โดยกลุ่มเป้าหมายหลักในการเก็บข้อมูล ได้แก่กลุ่มผู้ใช้งาน Facebook ที่ เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่น กลุ่ม Facebook ชมรมคนรักรถไฟฟ้า เป็นต้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) และหาค่า IOC โดยให้ ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากการส่งแบบสอบถามผ่านทาง ออนไลน์ ด้วยเว็บไซต์ Google form และเผยแพร่ต่อไปยัง Social Network ได้แก่ Facebook Line โดยกลุ่มเป้าหมายหลักในการเก็บข้อมูล ได้แก่กลุ่มผู้ใช้งาน Facebook ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่น กลุ่ม Facebook ชมรมคนรักรถไฟฟ้า เป็นต้น ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน การทดสอบ Independent t-test One-way ANOVA และ Multiple Regression

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อ หรือสนใจ ที่จะซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าเป็น เพศชาย 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 เป็นเพศหญิง 239 คน คิดเป็น ร้อยละ 59.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 มี สถานภาพโสด จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 สถานภาพสมรส จำนวน 121 คนคิดเป็นร้อยละ 30.3 และเป็นหม้ายหรือหย่าร้าง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 ข้อมูลด้านอาชีพ กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยหลักในชีวิตประจำวัน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 มีการตัดสินใจ ซื้อด้วยตนเอง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกรับข่าวสารผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต มากที่สุด 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และส่วนใหญ่มีการตั้งงบประมาณไว้ที่ 1,000,001 – 2,000,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ส่วนใหญ่มีความต้องการห้องชุดพักอาศัยรูป 1 ห้องนอนมากที่สุดจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 และต้องการห้องขนาด 27 - 33 ตารางเมตร มากที่สุดจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 โดยเมื่อสอบถามถึงทำเลที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อ หรือสนใจจะซื้อ มากที่สุดได้แก่ แนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีส้ม ศูนย์วัฒนธรรม – มินบุรี จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาได้แก่ แนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเหลือง ลาดพร้าว – สำโรง จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 แนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ส่วนต่อขยาย เตาปูน – ท่าพระ จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 16 แนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ส่วนต่อขยาย หัวลำโพง – หลักสอง จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 แนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว ส่วนต่อขยาย หมอชิต – คูคต จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ แนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีชมพู แคราย – มินบุรี จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
1. เพศ		
ชาย	161	40.3 %
หญิง	239	59.7 %
2. อายุ		
20 – 30 ปี	215	53.8 %
31 – 40 ปี	134	33.5 %



41 – 50 ปี	30	7.5 %
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	21	5.3 %
3. สถานภาพ		
โสด	251	62.7 %
สมรส	121	30.3 %
หม้าย/หย่าร้าง	20	5.0 %
แยกกันอยู่	8	2.0 %
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	9 %
ปริญญาตรี	285	71.3 %
ปริญญาโท	73	18.3 %
สูงกว่าปริญญาโท	6	1.5 %
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	25	6.3 %
รับราชการ	110	27.5 %
พนักงานบริษัท	169	42.3 %
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	53	13.3 %
อาชีพอิสระ	40	10.0 %
อื่นๆ	3	0.8 %
6. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	13	3.3 %
10,000 – 20,000 บาท	127	31.8 %
20,001 – 30,000 บาท	117	29.3 %
30,001 – 40,000 บาท	72	18.0 %
40,001 – 50,000 บาท	35	8.8 %
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	36	9.0 %

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเลือกทำเลที่ดินในการลงทุนพัฒนา โครงการคอนโดมิเนียม เนื่องจากในปัจจุบัน โครงการเส้นทางรถไฟฟ้าที่กำลังจะเปิดใช้งานในอนาคต มีการขยายเส้นทางออกไปทั่วกรุงเทพมหานคร รวมถึงชานเมือง ทำให้การเติบโตของเมือง กระจายออก

ไปสู่ชานเมืองมากขึ้น จึงเป็นโอกาสให้ ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มองหาทำเล ที่ดิน ที่ อยู่ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า เพื่อการลงทุนทำโครงการคอนโดมิเนียม

2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของตน ที่ต้อง พบปะกับลูกค้า เนื่องจากปัจจุบัน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการแข่งขันสูง บริษัทอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ ต่างมุ่งพัฒนา ศักยภาพของพนักงานขายของตน เพราะการที่จะสร้างความได้เปรียบให้แก่ธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับการ ขายของพนักงานขายโดยตรงนั้น ปัจจัยสำคัญมาจาก การบริการของพนักงานขาย ณ สำนักงานขาย โครงการ หากพนักงานขายมีการให้บริการที่ดี ดูแลเอาใจใส่ สุภาพ นอบน้อม ให้ข้อมูล ครบถ้วน ย่อมสร้างความประทับใจให้แก่

3. ผู้ประกอบการควรมีการสร้างกลยุทธ์ในการกำหนดราคา เนื่องจาก ปัจจุบัน ผู้บริโภคมีความสามารถในการหาข้อมูล ข่าวสาร ของโครงการคอนโดมิเนียมผ่านทางสื่อ ออนไลน์ได้เป็นอย่างดี หากผู้ประกอบการรายใด มีการตั้งราคาที่ไม่เหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ให้ หรือตั้งราคา สูงเกินกว่า โครงการที่ตั้งอยู่ในทำเลใกล้เคียง อาจส่งผลทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจไปซื้อ โครงการ ของคู่แข่งได้

4. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบโครงการ และ สภาพแวดล้อม ภายในโครงการ เพราะปัจจัยที่จะดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคสนใจโครงการ คือ รูปลักษณ์ การ ออกแบบของตัวอาคาร และสภาพแวดล้อมภายในโครงการ หากโครงการมีการลงทุน ในด้านการ ออกแบบที่มี ความสวยงาม ทันสมัย มีความแตกต่างจากโครงการใกล้เคียง จะช่วยดึงดูด ความ สนใจและอยากหาข้อมูลโครงการของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภកก็จะค้นหาข้อมูลว่า โครงการมีการใช้ วัสดุก่อสร้างด้วยรูปแบบใด เช่น ใช้ผนังสำเร็จรูป หรือก่อผนังด้วยอิฐมวลเบาหรืออิฐมวลเบา และหา ข้อมูลว่าวัสดุที่ใช้แบบใดมีความแข็งแรงทนทานกว่ากัน ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ การ เลือกวัสดุที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยอาจทำการสำรวจความคิดเห็น ของ ผู้บริโภคที่เคยซื้อคอนโดมิเนียมของบริษัท เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพงานก่อสร้างของตน

5. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาชื่อเสียง และความ น่าเชื่อถือให้กับ บริษัท เพราะในปัจจุบัน ข่าวสาร การบอกต่อข้อมูล เกิดขึ้น ได้อย่างรวดเร็วทางสื่อ อินเทอร์เน็ต หาก ผู้ประกอบการใดมีปัญหาทางด้านชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านงานก่อสร้าง หรือ ด้านการเงิน ย่อม ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผู้ประกอบการ และผู้บริโภคอาจไม่เสี่ยงที่จะ ซื้อโครงการ ของผู้ประกอบการที่มีปัญหาด้านคุณภาพงานก่อสร้าง หรือปัญหาทางการเงิน

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1 ในการศึกษานี้ ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม เส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต เนื่องจากผู้วิจัยพบว่า จากข้อมูลการตอบ แบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อหรือ ตั้งใจ จะซื้อ คอนโดมิเนียม เส้นทางโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต เพื่อการลงทุนหรือเก็งกำไรใน อนาคต

ดังนั้น สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป อาจกำหนดปัจจัยด้านการลงทุน เป็นปัจจัยในการศึกษาวิจัยต่อไป เพื่อให้ ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปวางกลยุทธ์ทางการตลาดแก่กลุ่มลูกค้าที่สนใจด้านการลงทุน

2. เนื่องจากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โครงการที่ใกล้รถไฟฟ้า และห้างสรรพสินค้าเป็นอย่างมาก สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป อาจศึกษาปัจจัยที่เจาะจงไปในเรื่องของ ระยะทางจากที่ตั้งโครงการกับที่ตั้งของรถไฟฟ้าที่ผู้บริโภคพึงพอใจ หรือการกำหนดราคาขายของโครงการที่ตั้งอยู่ในทำเลใกล้เคียงเส้นทางรถไฟฟ้า ที่เหมาะสมกับต้นทุน กำไร และความสามารถในการแข่งขัน ด้วยราคาใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด

### บรรณานุกรม

ประชาชาติ (ออนไลน์) (2562), คอนโดฯ 3 หมื่นยูนิตรมรถไฟฟ้า สายสีส้ม-สีเหลืองทำเลฮอตสุด , สืบค้น ข้อมูลเมื่อวันที่ สิงหาคม 31, 2562 จาก

<https://www.prachachat.net/property/news-145509>

Home (ออนไลน์) (2562), เปิดรูปแบบรถไฟฟ้าสายสีน้ำตาล ช่วงแคราย-ลำสาสี (บีงกลุ่ม) เชื่อมต่อรถไฟฟ้าถึง 7 สายด้วยกัน, สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ สิงหาคม 31, 2562 จาก

<https://www.home.co.th/hometips/detail/93456>

Think of Living (2562), การแบ่งระดับของคอนโดมิเนียม, สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ กันยายน 5, 2562 จาก <https://thinkofliving.com>

เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ของประชากรในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี