

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขต
สวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร**

**Factors affecting the decision to stay in Lumpini Place condo Srinakarini-Huamark Station,
Suan Luang District, Bangkok**

บทความ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วย แบบสอบถาม มีการรวบรวมข้อมูลด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยเก็บและศึกษาข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศึกษา ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอก งาน นิติบุคคล และการคมนาคม โดยสถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test F-test และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ที่ใช้การทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมากที่สุด รองลงมา มีอายุ 30-39 ปี และอายุ 20-29 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อม ด้านงานนิติบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ : การตัดสินใจ,ที่พักอาศัย ,คอนโดลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น

ABSTRACT

This study aims to study Factors affecting the decision to stay in Lumpini Place condo Srinakarin-Huamark Station, Suan Luang District, Bangkok. Using a questionnaire, the data was collected from a sample of 300 samples. By collecting and studying demographic data, including gender, age, education level, occupation, marital status, and average monthly income and study environmental factors including Safety, Facilities inside, External facilities, Corporate work and transportation. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test and Multiple Regression Analysis. The hypothesis test was used at the significance level 0.05.

The study found that Most of the respondents were female. Most under 20 years old followed by age 30-39 and 20-29 years old, respectively. Most of them have a bachelor's degree and have a single status. They work in private companies. Have an average monthly income of 20,001 - 30,000 baht. In addition, the hypothesis test results showed that environmental factors Corporate work Affecting the decision to stay in Lumpini Place Condo Srinakarin-Huamark Station, Suan Luang District, Bangkok Province has statistical significance at 0.05.

Keywords : Decision, Accommodation , Condo Lumpini Place Srinakarin-Huamark Station

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิต ซึ่งปัจจุบันเศรษฐกิจและสังคมในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากครอบครัวเดิมที่อยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่เปลี่ยนเป็นแยกออกมามีครอบครัวเองหลังจากแต่งงาน หรือแยกออกมาทำงาน โดยเฉพาะในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ และเขตเมืองหลวง คอนโดมิเนียมขึ้นเป็นอีกหนึ่งที่อยู่อาศัยที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนในกรุงเทพมหานคร ได้ไม่ว่าจะเป็น ความสะดวกด้านคมนาคม ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงพฤติกรรมการทำงานและการใช้ชีวิตที่ต้องแข่งกับเวลา จึงทำให้คนในกรุงเทพมหานครให้ความสนใจที่จะพักอาศัยอยู่คอนโดมิเนียมขึ้น ทำให้คอนโดมิเนียมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกันสูง ในขณะที่ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภค การสร้างให้เกิดความภักดีในตราสินค้า ความเชื่อมั่นและไว้วางใจในตราสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคจะบอกต่อ ในขณะที่เดียวกันก็ ต้องพัฒนาสิ่งที่ดีดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย คอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2. สภาพแวดล้อมส่งผลต่อ การตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นประชากรที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร ที่เป็นผู้พักอาศัยทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ข้อมูลประชากรจากนิติของคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนห้องชุดทั้งหมด 1,618 ห้องชุด โดยมีผู้พักอาศัย 1,189 ห้องชุด (จำนวนคนที่พักอาศัย) จำนวนจากสูตรของ Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 299 ตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างเพิ่มสำรองอีก 1 ตัวอย่าง ดังนั้นงานวิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง

3. การเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลทุกวันเสาร์ และอาทิตย์ ที่คอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการแจกแบบสอบถามแบบสุ่ม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยภายนอก (External Factors) : สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio Cultural Environment) ที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรม (Culture) เป็นผลรวมที่เกิดจากการเรียนรู้ระหว่างความเชื่อถือ (Beliefs) ค่านิยม (Values) และประเพณี (Customs) ซึ่งจะควบคุมความประพฤติกรรมของผู้บริโภคของสมาชิกในสังคมใดสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง

วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มภายในสังคมซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันหรือหมายถึง กลุ่มย่อยของวัฒนธรรมซึ่งมีรูปแบบทางพฤติกรรมที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นภายในและวัฒนธรรมเดียวกันเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมที่มีลักษณะแตกต่างกันระหว่างบุคคล ในแต่ละวัฒนธรรมนั้นสมาชิกของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยจะมีขนบธรรมเนียมประเพณีและบรรทัดฐานในสังคมนั้นจึงทำให้ทัศนคติในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยนั้นแตกต่างกันลักษณะ

2. ปัจจัยภายใน (Internal factors) : ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) ที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจคือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึนึกคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของแต่ละ กลุ่มจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ซึ่งประกอบด้วย

การจูงใจ (Motivation) เป็นปัจจัยภายในซึ่งเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมต่างๆเป็นสภาพจิตใจภายใน ซึ่งผลกันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ขั้นตอนสังคมหรือเครื่องมือทางการตลาดที่นักการตลาดใช้กระตุ้นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ

การรับรู้ (Perception) เป็นขั้นตอนการตีความหมายจากสิ่งกระตุ้นโดยใช้ประสาทสัมผัสและตีความหมายออกมาหรือเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร (Select) จัดระเบียบ(Organize) และตีความ (Interpret) เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เพื่อให้เกิดความหมายที่สอดคล้องกัน

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งเกิดจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมหรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมาการเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนองซึ่งก็คือทฤษฎีสิ่งกระตุ้นการตอบสนอง

ความเชื่อถือ (Beliefs) หมายถึงความคติที่บุคคล ยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือในใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตและมีผลต่อการสนใจเชื่อ ของผู้บริโภค

ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่ พึงพอใจของ บุคคลความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งทัศนคติเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความเชื่อในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีแนวโน้มคงที่และสอดคล้องกันบุคลิกภาพสามารถใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค ในการเลือกตราสินค้าได้ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

ธงชัย สันติวงษ์ (2546) มาสโลว์ตั้งข้อสมมติฐานไว้ว่า ความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดนั้นควรจะสามารถจัดระเบียบได้ด้วยการจัดลำดับก่อนหลัง หรือตามลำดับของความสำคัญจากต่ำไปสูง วิธีการจัดแบบนี้จะสามารถช่วยให้ทราบถึงลำดับ ที่ตั้งของสิ่งจูงใจแต่ละอย่างได้มาสโลว์ได้เสนอแนะให้จัดแบ่งประเภท ของความต้องการ โดยเริ่มต้นจากความต้องการขั้นที่ต่ำสุด ไปสู่ขั้นที่สูงสุด ดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) คือ ความต้องการเบื้องต้นต่างๆ เพื่อการอยู่รอด เช่น ความต้องการในการกินอาหารและน้ำ ตลอดทั้ง ที่อยู่ ยารักษาโรค อากาศ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการมีชีวิตอยู่รอด หรือความปลอดภัยทางร่างกาย ซึ่งถ้าหากความต้องการเบื้องต้นข้างต้นนี้ มิได้ถูกกำจัดหรือตอบสนองมนุษย์ก็ จะมองข้ามเรื่องความปลอดภัยทางร่างกายนี้ไป

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs or Love/Belong Needs) เป็นความต้องการการยอมรับของสังคม หรือความรัก (Belongingness & Love) ความต้องการตามความหมายนี้เริ่มต้น จากความต้องการที่จะให้ตนเป็นที่ยอมรับของคนในครอบครัว ไปจนถึงเป็นที่ยอมรับของคนอื่นๆ ในสังคม

4. ความต้องการการนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่จะให้ตนได้รับการยกย่องจากทางสังคม มีเกียรติ มีฐานะในสังคมต้องการที่จะให้ตนมีฐานะเหนือกว่า ผู้อื่น

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self- Actualization Needs) เป็นความต้องการจะให้ได้รับความสำเร็จและสมหวังในสิ่งที่ตนคิดหรือที่ต้องการทุกอย่าง

แนวความคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย นราพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. (2545) กล่าวว่า การเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้น จะต้องสะดวกในการเข้าถึงแหล่งบริการต่างๆ โดยเฉพาะแหล่งงานและสถานศึกษา ปัจจัยด้านระยะทางไปยังแหล่งงานมีผล ต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้กล่าวคือ ระยะทางในการเดินทางไป

ทำงานในระยะทางที่ไกลกว่าและจะอยู่อาศัยในเขตชานเมือง ส่วนผู้ที่มิรายได้ต่ำจะเดินทางไปทำงานในระยะที่ไกลกว่า และอาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งงานโดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ไหน

ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ณัฐภูมิ พงษ์เย็น และธานัท วรณกุล (2557) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมโดยรอบ หมายถึง สิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกอาคารและมีผลต่อผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เพราะกิจกรรมบางอย่างเกิดขึ้น ภายนอกอาคารและมีผลกับผู้ใช้บริการเช่นเดียวกัน เพื่อให้ครอบคลุมกับแนวทางการปรับปรุง จึงควรพิจารณาเพิ่มเติมจากสิ่งแวดล้อมภายในอาคาร เช่น ทัศนียภาพรอบอาคาร (Outside View or Environment) ส่วนต่อเติมอาคาร (Building Expansion) ที่นั่งพักคอยนอกอาคาร (Seating Area) ที่เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะมีผลต่อการให้บริการผู้ใช้บริการตั้งแต่เมื่อแรกเริ่มเข้ามา ทำให้เกิดความประทับใจแรกที่ทำให้การบริการมีคุณภาพมากขึ้น นอกจากนี้การปรับปรุงให้ภายนอกอาคารมี สิ่งแวดล้อมที่ดี จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับที่พักอาศัยด้วยเช่นกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลจากนิติบุคคลคอนโดมิเนียมเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น ซึ่งมีจำนวนห้องชุดทั้งหมด 1,618 ห้องชุด โดยมีผู้พักอาศัย 1,189 ห้องชุด

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเลือกจากประชากรที่เป็นผู้บริโภครทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนจากสูตรของ Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 299 ตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างเพิ่มสำรองอีก 9 ตัวอย่าง ดังนั้นงานวิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามในบริเวณของคอนโดมิเนียมเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยคอนโดมิเนียมเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยสภาพแวดล้อม โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale Questions) ซึ่งจัดอยู่ระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว คำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชัน เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale Questions) ซึ่งจัดอยู่ระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว คำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี รองลงมาคืออายุ 20-29 ปี และมีอายุ 30-39 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และปัจจัยสภาพแวดล้อม โดยมีปัจจัยดังนี้ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอก งานนิตินุคคล และการคมนาคม นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชัน เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านงานนิตินุคคลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชัน เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐานพบว่า จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ 2 ข้อต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชัน เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานคือ สอดคล้อง หมายถึง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันออกไปส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชัน เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันออกไป ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชัน เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานคือ สอดคล้อง หมายถึง ปัจจัยสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดมิเนียมลุมพินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชัน เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะปัจจัยสภาพแวดล้อม ด้านงานนิตินุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจพัก

อาศัยในคอนโดลุมฟินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ระดับ
นัยสำคัญทาง สถิติที่ .05

อภิปรายผล

ปัจจัยประชากรศาสตร์หรือปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ตั้งแต่เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ
สมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ณัฐปภัฏ ปิ่นทอง
(2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดลุมฟินีของผู้อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร
ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมี
ลักษณะที่สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้

สภาพแวดล้อม อันได้แก่ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ภายนอก งานนิติบุคคล และการ
คมนาคม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจพักอาศัยในคอนโดลุมฟินีเพลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น เขต
สวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ เพ็ญประภา ทาใจ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัย
การตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้อยู่อาศัยใน เขตกรุงเทพมหานครและเขต
ปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่
ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้อยู่อาศัยมีความไว้วางใจต่อการจัดการในงานนิติบุคคลของคอนโดลุมฟินี จะ
ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพและชื่อเสียงของคอนโด จึงส่งผลให้ตัดสินใจเลือกที่จะพักอาศัยในคอนโด
ลุมฟินีเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส โสด
เป็นส่วนใหญ่ และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนในการกำหนด
กลุ่มเป้าหมายให้ ชัดเจน โดยพิจารณาจากข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะข้างต้น โดยการนำข้อมูล
และลักษณะของกลุ่มเป้าหมายไปทำการตลาด และทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
ตรงต่อความต้องการของกลุ่มผู้อยู่อาศัยที่มีความต้องการซื้อหรือเช่า เพื่อเข้ามาพักอาศัยต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จากงานนิติบุคคลที่ดี
มีการบริหารจัดการ และอำนวยความสะดวกที่ดีส่งผลให้เกิด ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่ทำให้เกิด ความเชื่อมั่นใน

การตัดสินใจพักอาศัยในคอนโด ร่วมด้วยปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทั้งความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในและภายนอกเป็นปัจจัยที่ช่วยในการประกอบการตัดสินใจในการเลือกที่พักอาศัย ซึ่งความไว้วางใจจะส่งผลให้เกิดชื่อเสียงที่ดีทำให้เมื่อผู้บริโภค มีความต้องการด้านที่พักอาศัยจะนึกถึงที่ ที่มีชื่อเสียงก่อนเป็นอันดับแรกๆในการตัดสินใจ

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐปัทม์ ปิ่นทอง.(2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดลุ่มพินิจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐภูมิ พงษ์เย็น และชานัท วรณกุล. (2557). แนวทางการปรับปรุงปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมในโรงพยาบาลชุมชนเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ. วารสารวิชาการ การออกแบบสภาพแวดล้อม, 1(2), 49-62.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่10.กรุงเทพมหานคร: บริษัทประชุมช่าง จำกัด.
- นราพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. (2545). ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัยประเภทเช่าของผู้ทำงานที่ศึกษาภาค. เพ็ญประกาย ทาใจ. (2556). ปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539).พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา. สมทบ :กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร:ธีระฟิล์มและไซ เท็กซ์.