

อิทธิพลของคุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ทำงานในเขต  
กรุงเทพมหานคร ด้วยการวิเคราะห์แบบคอนจอยท์

IMPACT OF KEY ATTRIBUTES ON SECOND-HAND CONDOMINIUM PURCHASE  
DECISIONS AMONG WORKING PROFESSIONALS IN BANGKOK: A CONJOINT  
ANALYSIS APPROACH

รัชตา เดชพานิชกุล<sup>1</sup>

อินทกะ พิริยะกุล<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามกลุ่มประชากรศาสตร์ และ 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองที่มีผลต่อการซื้อของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 159 คน ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์แบบคอนจอยท์ ผลการศึกษาพบว่า 1) องค์ประกอบที่มีผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ คุณลักษณะด้านพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง อยู่ที่ร้อยละ 23.66 ลำดับที่สองคือ ด้านราคา อยู่ที่ร้อยละ 22.89 ด้านระยะทางจากคอนโดถึงสถานี BTS หรือ MRT อยู่ที่ร้อยละ 15.47 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ที่ร้อยละ 14.73 ด้านโปรโมชั่นเงินคืน อยู่ที่ร้อยละ 14.44 และด้านการให้บริการในการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อ อยู่ที่ร้อยละ 8.81 ตามลำดับ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศหญิง อายุ 25-34 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 26,000 - 34,999 บาทเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อโปรโมชั่นคอนโดเงินเหลือมากที่สุด รองลงมาคือที่จอดรถ และราคา ส่วนกลุ่มเพศชาย อายุ 25-34 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพค้าขายธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000-34,999 บาท เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อราคามากที่สุด รองลงมาคือระยะทางจากคอนโดมิเนียมถึงสถานีรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT

**คำสำคัญ:** คอนโดมิเนียมมือสอง การตัดสินใจซื้อ กรุงเทพมหานคร

<sup>1</sup>สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup>รองศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## Abstract

This research aims to: 1) investigate the key attributes influencing the purchase of second-hand condominiums by employees in Bangkok, categorized by demographic groups, and 2) examine the characteristics of second-hand condominiums that affect the purchasing decisions of employees in Bangkok. A questionnaire was used as a tool to collect data from a sample of 159 people working in Bangkok. The analysis was conducted using conjoint analysis. The findings revealed that: 1) The most influential factor affecting the purchase of second-hand condominiums for the sample group was the usable area within the room, accounting for 23.66%, followed by price at 22.89%, distance from the condominium to the BTS or MRT station at 15.47%, facilities at 14.73%, cash-back promotions at 14.44%, and services for loan application documents at 8.81%. 2) Personal factors such as being female, aged 25-34, married or living together, having a bachelor's degree, working in trade, private business, or freelance, and having an average monthly income of 26,000 - 34,999 baht, showed that the group prioritized cash-back promotions the most, followed by parking and price. On the other hand, the group of males, aged 25-34, married or living together, having a bachelor's degree, working in trade, private business, or freelance, and having an average monthly income of 25,000 - 34,999 baht, prioritized price the most, followed by the distance from the condominium to the BTS or MRT station. This research helps second-hand condominium developers to improve product features and services to better meet the needs of consumers in Bangkok.

**Keywords:** Second-hand condominium, Condominium characteristics, Bangkok

## บทนำ

สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยมือสองทั่วประเทศ ไตรมาส 2 ปี 2565 พบว่า ตลาดที่อยู่อาศัยมือสองมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากมาตรการกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จากภาครัฐบาล โดยการลดค่าธรรมเนียมการโอนกรรมสิทธิ์ และการจดจำนองสำหรับที่อยู่อาศัยที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท โดยเพิ่มเติมการให้สิทธิครอบครัวครบคลุมมาถึงที่อยู่อาศัยมือสองจากเดิมที่มีผลเฉพาะที่อยู่อาศัยสร้างใหม่ โดยมีระยะเวลาสิ้นสุดมาตรการดังกล่าวไปจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 นอกจากนั้น ยังได้รับผลดีจากการประกาศผ่อนปรนมาตรการ LTV เป็นการชั่วคราว จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 ของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งคาดว่า มาตรการดังกล่าวข้างต้น จะส่งผลให้ตลาดที่อยู่อาศัยมือสองในปี 2566 ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในภาพรวมด้านอุปทานพร้อมขายในตลาดมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านจำนวนหน่วยและมูลค่า โดยประเภทที่มีการประกาศขายมากที่สุดได้แก่ บ้านเดี่ยว รองลงมาคือห้องชุด และทาวน์เฮ้าส์ ตามลำดับ สำหรับในด้านระดับราคา พบว่า ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 ระดับราคาไม่เกิน 3.00 ล้านบาท เป็นระดับราคาที่มีสัดส่วนประกาศขายมากที่สุด รองลงมาเป็นระดับราคา 3.01 – 5.00 ล้านบาท และเป็นระดับ

ราคา 2.01 – 3.00 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีการประกาศขายของที่อยู่อาศัยมือสองมากที่สุดร้อยละ 38.6 ของจำนวนหน่วยประกาศขายทั้งหมด และมีมูลค่าร้อยละ 62.2 ของจำนวนมูลค่าทั้งหมด และเมื่อพิจารณาการขยายตัวของจำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยมือสองที่ประกาศขายในแต่ละประเภท พบว่า ในไตรมาส 2 ปี 2565 ที่อยู่อาศัยมือสองทุกประเภทมีจำนวนหน่วยเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2565 (QoQ) โดยห้องชุดประกาศขายจำนวน 49,250 หน่วย มี QoQ เพิ่มขึ้นมากที่สุดถึงร้อยละ 21.1 รองลงมาเป็นอาคารพาณิชย์จำนวน 4,258 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.9 ทาวน์เฮ้าส์จำนวน 42,626 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 บ้านเดี่ยวจำนวน 64,392 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.6 และบ้านแฝดจำนวน 2,191 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 ทำให้ตลาดมีการแข่งขันสูงมากยิ่งขึ้น (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2566) ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงมีความสนใจในการวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามกลุ่มประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองที่มีผลต่อการซื้อของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านระยะทางจากคอนโดมิเนียมถึงสถานี BTS หรือ MRT มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านคุณลักษณะด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
4. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
5. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
6. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านมีเงินเหลือจากการกู้ซื้อคอนโดมิเนียมมือสอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
7. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านการให้บริการในการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

## ทบทวนวรรณกรรม

**แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ เพ็ญพร แซ่หลี่ (2563)** ประชากรศาสตร์เป็นกระบวนการศึกษาเกี่ยวกับประชากรและการเปลี่ยนแปลงของประชากร ช่วยให้อู้งถึงขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของคนในแต่ละภูมิภาค ลักษณะของประชากรศาสตร์ เช่น อายุเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตลาด ส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับ กลุ่มเป้าหมายที่นักการตลาดต้องการได้มากที่สุด

**ประเภท Segment ของคอนโดมิเนียม (NewbBENN, 2563)** คือ การจัด Segment เพื่อแบ่งระดับของราคาคอนโดมิเนียมนั่นเอง โดยจะแบ่ง Segment คอนโดมิเนียม จากราคาขายต่อตารางเมตรออกเป็น 7 Segment ด้วยกัน ได้แก่ 1) Super Economy Class คือคอนโดมิเนียมระดับราคา ไม่เกิน 50,000 บาท / ตารางเมตร ซึ่งในปัจจุบันไม่ค่อยพบเห็นได้ในกรุงเทพฯ รวมถึงปริมณฑล ด้วยราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ 2) Economy Class คือคอนโดมิเนียมระดับราคา 50,000 - 70,000 บาท / ตารางเมตร คอนโดใน Segment นี้สามารถพบเห็นได้ทั่ว ๆ ไป เป็นคอนโด High-Rise ที่มีหลาย ๆ อาคาร มีจำนวนยูนิตเยอะ เพื่อเพิ่มตัวหารให้ราคาต่อตารางเมตรถูกลง ตัวโครงการจะกระจายกันอยู่ในหลากหลายทำเล ไล่มาตั้งแต่ที่พบเห็นกันได้มากที่สุด จะอยู่ในเขตปริมณฑล ที่อาจจะติดรถไฟฟ้า แต่อาจต้องเดินทางกันหลายสถานีกว่าจะถึงใจกลางเมือง ซึ่งก็ถือว่าเป็นทำเลที่ค่อนข้างตอบโจทย์สำหรับมนุษย์เงินเดือน 3) MAIN Class คือคอนโดมิเนียมระดับราคา 70,000 - 100,000 บาท / ตารางเมตร ถือว่าเป็นคอนโดที่เราพบเห็นได้มากที่สุด อยู่ในระดับราคากลางๆ ที่มีกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก โดยโครงการก็จะดึงดูดลูกค้าด้วยตึกสูงและพื้นที่ส่วนกลางชั้นดาดฟ้า มี Type ห้องให้เลือกเยอะ ออกแบบโครงการมาตอบโจทย์ Lifestyle ของคนรุ่นใหม่ 4) UPPER Class คือคอนโดมิเนียมระดับราคา 100,000 - 150,000 บาท / ตารางเมตร เป็นโครงการที่เรามักจะเห็นกันบ่อยที่สุด เนื่องด้วยทำเลของคอนโด Segment Upper Class จะอยู่ริมถนนเส้นหลัก ใกล้กับทางขึ้นสถานีรถไฟฟ้า BTS โดยทำเลของ Segment คอนโดระดับ Upper Class จะค่อนข้างไม่ตายตัว และยึดตามแนวรถไฟฟ้า BTS และ MRT สายหลักเป็นส่วนใหญ่ 5) HIGH Class คือคอนโดมิเนียมระดับราคา 150,000 - 200,000 บาท / ตารางเมตร ซึ่งจุดเด่นของ Segment คอนโดประเภทนี้ นอกจากจะอยู่ใกล้กับย่านธุรกิจหรือ CBD แล้วตัวตึกยังสูงและโดดเด่น สู้กันด้วยพื้นที่ส่วนกลางและการออกแบบที่ผู้พักอาศัยจะได้รับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการใช้ชีวิต นอกจากนี้โครงการคอนโด Segment ระดับ High Class ส่วนใหญ่ ก็ยังจะอยู่ติดกับทางเข้าสถานีรถไฟฟ้าในระดับที่เรียกได้ว่า 0 เมตร หรือถ้าต้องเดิน ก็อยู่ในระยะเดินไม่เกิน 200 เมตรอย่างแน่นอน

**วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560)** พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์การซื้อ การใช้สินค้า และบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา หรือหมายถึง การศึกษาพึงการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

**แนวคิดเกี่ยวกับวิธีเลือกซื้อคอนโดมือสองเพื่ออยู่อาศัยหรือเพื่อลงทุน เทอร์รา บีเคเค (2559)** วิธีเลือกซื้อคอนโดมือสอง ควรพิจารณาถึง 5 เหตุผลสำคัญ ดังนี้ 1) ทำเล ในแง่ทำเลแล้ว ในราคาที่เท่ากัน คอนโดมือสองจะได้ทำเลที่ดีกว่า เพราะว่ามีสองสร้างมานานแล้ว และปักหลักในทำเลดี ๆ มาก่อนมือหนึ่ง 2) ราคา คอนโดมือสองไม่ต้องจ่ายค่าส่วนกลางล่วงหน้าหนึ่งปี ไม่ต้องจ่ายสมทบเข้ากองทุน ในราคาที่เท่า ๆ กัน การซื้อมือสองน่าจะประหยัดไปได้ส่วนหนึ่ง 3) ขนาดพื้นที่ใช้สอย ในทำเลเดียวกัน ราคาต่อยูนิตเท่า ๆ กัน มือหนึ่งที่สร้างใหม่ราคาต่อเนื้อที่จะแพงกว่ามือสองค่อนข้างเยอะ 4) สภาพห้อง ส่วนใหญ่แล้วสภาพมือสอง

จะไม่น่าดูเท่ากับคอนโดมีมือหนึ่ง ซ่อนต้องยกให้มือหนึ่งได้เปรียบ แต่การตกแต่งห้องของมือหนึ่งนั้น ก็พอ ๆ กับเราตกแต่งห้องมือสองเช่นเดียวกัน ซึ่งคอนโดมีมือสองเราต้องหาสีใหม่เท่านั้นเอง 5) ค่าส่วนกลาง เป็นที่แน่นอนว่าคอนโดมีเก่าจะมีค่าส่วนกลางต่อ ตร.ม. น้อยกว่ามือหนึ่งแน่นอน เพราะพื้นที่คอนโดมีใหม่ มีพื้นที่ต่อห้องน้อย เลยต้องเก็บค่าส่วนกลางต่อ ตร.ม. แพงขึ้น

**แนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552)** คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน อันได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) สถานที่จัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด

**แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์คอนจอยท์ Kotri (2006)** Conjoint analysis คือ เทคนิคการวิเคราะห์ความชอบ/ความเอนเอียงที่จะชอบ (preference) ของกลุ่มคน เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มพนักงาน โดยเราอาจสนใจว่าความชอบลูกค้าใดบ้างให้ลูกค้า (คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการ การบริการก่อนการขาย การบริการหลังขาย) เราควรลด cost (เงิน เวลา ความเสี่ยง ผลกระทบที่ทำให้เลวลง เช่น ผลของยา)

## วิธีดำเนินการวิจัย

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้** แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างผู้ที่เคยซื้อคอนโดมิเนียมมือสองทั้งเพื่ออยู่อาศัยและการลงทุน จำนวน 10 ตัวอย่าง และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแบบ Conjoin Analysis จำนวน 159 ตัวอย่าง ซึ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นดังนี้

**การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ** ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรซึ่งเป็นกลุ่มนักลงทุนในธุรกิจคอนโดมิเนียมมือสอง และผู้ที่เคยซื้อคอนโดมิเนียมมือสองเพื่ออยู่อาศัย รวมทั้งหมดจำนวน 10 คน

**การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ** ผู้วิจัยได้กำหนดแผนการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อสอบถามผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 159 ตัวอย่าง

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลักคือ

1) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์จำนวนทั้งหมด 10 ท่าน โดยได้แบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เมื่อได้บทสรุปจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – depth Interview) ผู้วิจัยจะทำการนำบทสรุปที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างคุณลักษณะ (Attribute) ของคอนโดมิเนียมมือสองที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ แล้วสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

2) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปเก็บกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 159 ตัวอย่าง และนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไป

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้รูปแบบสอบถาม (Questionnaire)** โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองเฉพาะผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ข้อ

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 3** เป็นการสร้างคุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองขึ้นมาให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชุดคุณลักษณะที่ชอบมากที่สุด โดยทำการเลือกซ้ำ ๆ จากชุดคุณลักษณะ 6 แบบ ซึ่งวิธีการวิเคราะห์แบบนี้จะเป็นการจำลองสถานการณ์การเลือกซื้อสินค้า โดยแสดงถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าจริงๆของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเลือกชุดคุณลักษณะจำนวน 6 ครั้ง

## ผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา** เป็นการวิเคราะห์ตามลักษณะประชากรศาสตร์จากผลการวิจัยพบว่า เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 51.57 และเพศชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 48.43 ตามลำดับ อายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-34 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคืออายุ 35-44 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 30.19 อายุ 45-54 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.98 อายุ 18-24 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.81 และน้อยที่สุดคืออายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.77 ตามลำดับ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 44.65 รองลงมาคือมีสถานภาพโสด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 44.03 และสถานภาพหม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.32 ตามลำดับ ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 59.12 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 24.53 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.35 ตามลำดับ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 39.62 รองลงมาคืออาชีพผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 22.64 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และน้อยที่สุดคือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 18.24 ตามลำดับ รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 35,000-44,999 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 25.79 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 25,000-34,999 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 รายได้ต่อเดือน 45,000-54,999 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 22.64 รายได้ต่อเดือน 55,000 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.38 และรายได้ต่อเดือน 15,000-24,999 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.29 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองซึ่งเป็น Customer preference ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบคอนจอยท์** พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านพื้นที่ใช้สอยภายในห้องที่ค่าความสำคัญ 23.66 คุณลักษณะด้านราคา ที่ค่าความสำคัญ 22.89 คุณลักษณะด้านระยะทางจากคอนโดถึงสถานี BTS หรือ MRT ที่ค่าความสำคัญ 15.47 คุณลักษณะด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ค่าความสำคัญ 14.73 คุณลักษณะด้านโปรโมชั่นมีเงินเหลือ ที่ค่าความสำคัญ 14.44 และคุณลักษณะด้านการให้บริการในการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อ ค่าความสำคัญ 8.81 ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณลักษณะ (Attribute) ในด้านต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสอง ซึ่งสามารถแสดงค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ได้ดังนี้ คุณลักษณะด้านระยะทางจากคอนโดมิเนียมถึงสถานี BTS หรือ MRT พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกระยะทางที่มากกว่า 5 กม. คุณลักษณะด้าน

พื้นที่ใช้สอยภายในห้อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับพื้นที่ใช้สอยขนาดมากกว่า 30.01 ตร.ม. คุณลักษณะด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับราคาที่อยู่ระหว่าง 3.01-5.00 ล้านบาท มากกว่าคอนโดมิเนียมที่ระดับราคาอื่นๆ คุณลักษณะด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสวนสาธารณะมากที่สุด คุณลักษณะด้านโปรโมชั่นเงินมีเงินเหลือ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคอนโดมิเนียมมือสองที่มีเงินเหลือมากกว่าคอนโดมิเนียมมือสองที่ไม่มีเงินเหลือ และคุณลักษณะด้านให้บริการในการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคอนโดมิเนียมมือสองที่มีบริการในการดำเนินการด้านเอกสารเพื่อขอสินเชื่อ

### **ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน** แบ่งผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ซึ่งในด้านประชากรศาสตร์สามารถแบ่งเป็น Segment ของผู้ที่ซื้อคอนโดมิเนียมมือสองได้ทั้งหมด 3 Segment ได้แก่ Segment 1 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y เพศหญิง อายุตั้งแต่ 25-34 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ และมีระดับรายได้อยู่ในระดับ Lower-Middle income Segment 2 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y เพศชาย อายุตั้งแต่ 25-34 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ และมีระดับรายได้อยู่ในระดับ Lower-Middle income และ Segment 3 คือกลุ่ม Gen Y เพศชาย อายุตั้งแต่ 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ และมีระดับรายได้อยู่ในระดับ High income

**สมมติฐานที่ 2** คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านระยะทางจากคอนโดมิเนียมถึงสถานี BTS หรือ MRT มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 3** คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านคุณลักษณะด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 4** คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 5** คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 6** คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านมีเงินเหลือจากการกู้ซื้อคอนโดมิเนียมมือสอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 7** คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านการให้บริการในการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

## สรุปผลและอภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณลักษณะของคนโตมิเนียมมือสองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครด้วยการวิเคราะห์แบบคอนจอยท์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโตมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน จากผลการทดสอบค่าอรรถประโยชน์ของพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโตมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งเป็น 3 Segment ดังนี้

Segment 1 เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อโปรโมชั่นมีเงินเหลือ หรือคอนโดเงินเหลือมากที่สุด รองลงมาคือที่จอดรถ และราคา โดยมีค่าอรรถประโยชน์ 2.25, 0.41 และ 0.3 ตามลำดับ และให้ความสำคัญเล็กน้อยต่อพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง กับระยะทางจากคอนโตมิเนียมถึงสถานี BTS หรือ MRT โดยมีค่าอรรถประโยชน์ 0.07 และ 0.04 ตามลำดับ โดยกลุ่มประชากรที่ให้ความสำคัญใน Segment 1 มากที่สุด คือ เพศหญิง (ร้อยละ 67.5) อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 47.5 สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ร้อยละ 50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 62.5 อาชีพ ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ ร้อยละ 30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 26,000-34,999 บาท ร้อยละ 32.5 เนื่องจากกลุ่มนี้มีความต้องการสภาพคล่องในการมีเงินไปใช้จ่าย เช่น การตกแต่งห้อง การซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้มาใช้สอยภายในคอนโตมิเนียม อีกทั้งบางส่วนใช้รถยนต์ไปทำงาน และราคาก็ยังเป็นสิ่งที่กำหนดถึงศักยภาพในการซื้อคอนโตมิเนียมมือสอง

Segment 2 เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อราคามากที่สุด รองลงมาคือระยะทางจากคอนโตมิเนียมถึงสถานีรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT โดยมีค่าอรรถประโยชน์ 0.24 และ 0.2 ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญเพียงเล็กน้อยต่อพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง มีค่าอรรถประโยชน์ 0.01 โดยกลุ่มประชากรที่ให้ความสำคัญใน Segment 2 มากที่สุด คือ เพศชาย ร้อยละ 55.6 อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 31.9 สถานภาพสมรส ร้อยละ 50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 63.9 อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ ร้อยละ 31.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000-34,999 บาท เนื่องจากกลุ่มนี้มีงบประมาณที่จำกัด การซื้อคอนโตมิเนียมมือสองจึงต้องพิจารณาราคาขายเป็นหลัก อย่างไรก็ตามหากราคาขายพอๆกัน ก็จะพิจารณาคูณลักษณะด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง

Segment 3 เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อคอนโตมิเนียมมีเงินเหลือมากที่สุด รองลงมาจะให้ความสำคัญเพียงเล็กน้อยต่อที่จอดรถ สระว่ายน้ำและพิตเนส ราคา และพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง โดยมีค่าอรรถประโยชน์ 0.32, 0.08, 0.05, 0.04 และ 0.03 ตามลำดับ โดยกลุ่มประชากรที่ให้ความสำคัญใน Segment 3 มากที่สุด คือ เพศชาย ร้อยละ 51.1 อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 46.8 สถานภาพโสด ร้อยละ 55.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 48.9 อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ ร้อยละ 31.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000-54,999 บาท ร้อยละ 34 เนื่องจากกลุ่มนี้ยังมีความต้องการสภาพคล่องทางการเงินในการนำเงินมาใช้จ่ายปรับปรุงห้องพัก และซื้อเฟอร์นิเจอร์มาใช้เป็นหลัก แต่ไม่ค่อยมีรถยนต์ใช้จึงไม่ค่อยสนใจที่จอดรถ

2. คุณลักษณะของคนโตมิเนียมมือสองด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโตมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด เนื่องจาก 1) ความต้องการใช้งาน โดยผู้ซื้อแต่ละคนมีความต้องการพื้นที่ใช้สอยที่แตกต่างกัน บางคนอาจต้องการพื้นที่กว้างขวางสำหรับครอบครัว ในขณะที่บางคนอาจต้องการพื้นที่ขนาดเล็กสำหรับอยู่อาศัยคนเดียว ขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมกับความต้องการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ 2) รูปแบบการใช้ชีวิต โดยขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องควรสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ซื้อ หากผู้ซื้อที่มีกิจกรรมที่ต้องทำภายในห้องมาก ก็อาจต้องการพื้นที่ที่กว้างขวางกว่า 3) งบประมาณจำกัด เพราะขนาดพื้นที่ใช้สอยมักสัมพันธ์กับราคาคอนโตมิเนียม ผู้ซื้อที่มีงบประมาณจำกัด



อาจต้องเลือกคอนโดมิเนียมที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอยเล็กกว่า 4) ความรู้สึกสบาย เพราะขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมจะช่วยให้ผู้พักอาศัยรู้สึกสบายและไม่อึดอัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมเมืองใหญ่ที่มีความแออัด 5) การตกแต่งและจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องมีผลต่อการตกแต่งและจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ผู้ซื้อจึงพิจารณาขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมกับเฟอร์นิเจอร์และของใช้ส่วนตัวที่มีอยู่ สอดคล้องกับการศึกษาของ วรวรรณ พรหมมา (2562) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของคณวิทย์ทำงานในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ อนุชา ชินวัตร (2558) ที่ทำการการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดพื้นที่ใช้สอยกับราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ขนาดของพื้นที่ใช้สอยภายในห้องมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

3. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครรองลงมา เนื่องจาก 1) ข้อจำกัดทางการเงิน โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่มักมีงบประมาณจำกัดในการซื้อที่อยู่อาศัย ราคาคอนโดมิเนียมมือสองที่เหมาะสมกับงบประมาณจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ 2) ความคุ้มค่า โดยผู้ซื้อมักเปรียบเทียบราคาคอนโดมิเนียมมือสองกับคอนโดมิเนียมใหม่ในทำเลเดียวกัน หากคอนโดมิเนียมมือสองมีราคาต่ำกว่าและมีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกัน ก็อาจเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจกว่า 3) โอกาสในการต่อรอง เพราะราคาคอนโดมิเนียมมือสองมักเปิดให้มีการต่อรองได้มากกว่าคอนโดมิเนียมใหม่ ทำให้ผู้ซื้อมีโอกาสได้ราคาที่ถูกลง 4) ผลตอบแทนจากการลงทุน โดยผู้ซื้อบางรายอาจมองหาคอนโดมิเนียมมือสองในราคาที่ต่ำกว่าเพื่อนำไปปรับปรุงและขายต่อในราคาที่สูงขึ้น หรือปล่อยเช่าเพื่อสร้างรายได้ 5) ความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งผู้ซื้อแต่ละรายมีความต้องการที่แตกต่างกัน บางรายอาจยอมจ่ายแพงเพื่อคอนโดมิเนียมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ในขณะที่บางรายอาจมองหาคอนโดมิเนียมราคาประหยัดที่มีขนาดเล็กกว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะวัฒน์ กิตติศักดิ์ (2561) ที่ทำการศึกษ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับการศึกษาของ วรวิทย์ จิรวัดน์ (2563) ที่ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาคอนโดมิเนียมมือสองในกรุงเทพมหานครที่พบว่า ราคาของคอนโดมิเนียมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสอง

4. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านระยะทางจากคอนโดมิเนียมถึงสถานี BTS หรือ MRT มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครด้วยเช่นกัน เนื่องจาก 1) ความสะดวกสบายในการเดินทาง เพราะการเดินทางในกรุงเทพมหานครเป็นเรื่องท้าทายเนื่องจากปัญหาการจราจรติดขัด การมีคอนโดมิเนียมใกล้สถานี BTS หรือ MRT ช่วยให้ผู้พักอาศัยสามารถเดินทางไปทำงานและสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ลดเวลาและความเครียดในการเดินทาง 2) การประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เพราะการเดินทางด้วย BTS หรือ MRT มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือแท็กซี่ หากคอนโดมิเนียมอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า ผู้พักอาศัยสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้มากในระยะยาว 3) ความต้องการที่อยู่อาศัยสูง เพราะคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ใกล้สถานี BTS หรือ MRT มักเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อและผู้เช่า ทำให้มีโอกาสในการขายต่อหรือปล่อยเช่าได้ง่ายในอนาคต 4) ศักยภาพในการลงทุน เนื่องจากคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพในการเติบโต เช่น ใกล้สถานีรถไฟฟ้า มักมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต ทำให้เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับการลงทุน 5) คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพราะการใช้ระบบขนส่งสาธารณะช่วยลดมลพิษทางอากาศและเสียง ทำให้สภาพแวดล้อมโดยรอบคอนโดมิเนียมน่าอยู่มากขึ้น นอกจากนี้ บริเวณรอบสถานีรถไฟฟ้ามักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ทำให้ผู้พักอาศัยสามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ได้ง่าย สอดคล้องกับการ

วิจัยของ ประภัสสร กาญจนวุฒิศิษฏ์ (2559) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองรอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส กรณีศึกษาสถานีพร้อมพงษ์ สถานีทองหล่อ สถานีเอกมัย และสถานีพระโขนง และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ สัญชัย ธาระวิบูลย์ชัย (2559) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้า ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ระยะห่างจากที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในทำเลรอบโครงการ

5. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครด้วยเช่นกัน เนื่องจาก 1) คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพราะการมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สวนหย่อม ห้องสมุด Co-working space หรือพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง ล้วนส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถพักผ่อนและออกกำลังกายได้โดยไม่ต้องเดินทางไกล 2) ความสะดวกสบาย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่าง เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านซักรีด ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้อยู่อาศัย ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางออกไปภายนอกโครงการ 3) ความปลอดภัย การมีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) 24 ชั่วโมง หรือระบบคีย์การ์ด ช่วยเพิ่มความอุ่นใจและความปลอดภัยในการอยู่อาศัย 4) ภาพลักษณ์และสถานะทางสังคม โครงการคอนโดมิเนียมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและทันสมัย มักสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสะท้อนถึงสถานะทางสังคมของผู้อยู่อาศัย 5) มูลค่าเพิ่มในอนาคต การที่คอนโดมิเนียมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมักมีโอกาสขายต่อหรือปล่อยเช่าได้ง่ายกว่า และอาจมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ เจริญจิตต์ ผงงวิริยาท (2559) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ ญัฐภูมิ พงษ์สิริ (2560) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

6. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านมีเงินเหลือจากการกู้ซื้อคอนโดมิเนียมมือสอง หรือที่เรียกว่า “คอนโดเงินเหลือ” มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก 1) สภาพคล่องทางการเงินของผู้ซื้อ โดยเงินเหลือจากการกู้ซื้อคอนโดมิเนียมผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินของผู้ซื้อ ทำให้สามารถนำเงินส่วนนี้ไปใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ที่จำเป็นได้ เช่น การตกแต่งคอนโดมิเนียม ค่าใช้จ่ายในการย้ายเข้า หรือแม้แต่การลงทุนเพิ่มเติม 2) ลดภาระค่าใช้จ่าย โดยเงินเหลือสามารถนำไปใช้เป็นเงินดาวน์ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับคอนโดมิเนียม ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ลงได้ 3) โอกาสในการลงทุน เพราะเงินเหลือสามารถนำไปลงทุนต่อยอด เพื่อสร้างผลตอบแทนในอนาคต เช่น การลงทุนในกองทุนรวม หรือหุ้น ซึ่งอาจเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการสร้างความมั่นคงทางการเงิน 4) แรงจูงใจในการซื้อ เพราะการมีเงินเหลือเป็นแรงจูงใจให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองได้ง่ายขึ้น เนื่องจากรู้สึกว่าได้ผลประโยชน์เพิ่มเติมจากการซื้อ อย่างไรก็ตาม การซื้อคอนโดมิเนียมเงินเหลือก็มีข้อควรระวัง เช่น อาจทำให้ผู้ซื้อที่มีภาระหนี้สินเพิ่มขึ้นหากไม่สามารถบริหารจัดการเงินได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ผู้ซื้อควรพิจารณาความสามารถในการผ่อนชำระและวางแผนการเงินให้รอบคอบก่อนตัดสินใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ K-Property (2566) ที่ทำการอธิบายถึงข้อดี-ข้อเสียการกู้คอนโดเงินเหลือ

7. คุณลักษณะของคอนโดมิเนียมมือสองด้านการให้บริการในการยื่นเอกสารเพื่อขอสินเชื่อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก 1) ความสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากการยื่นขอสินเชื่อเพื่อ

ซื้อสังหาริมทรัพย์เป็นขั้นตอนที่ซับซ้อนและต้องใช้เอกสารจำนวนมาก การมีบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเตรียมและยื่นเอกสารจะช่วยลดความยุ่งยากและประหยัดเวลาให้กับผู้ซื้อ ทำให้กระบวนการซื้อขายเป็นไปอย่างรวดเร็ว 2) ความน่าเชื่อถือและความมั่นใจ ด้วยบริการยื่นเอกสารขอสินเชื่อที่มีคุณภาพจากผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญและน่าเชื่อถือ จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อว่ากระบวนการขอสินเชื่อจะได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องและมีโอกาสอนุมัติสูง 3) ความโปร่งใส ด้วยการให้บริการที่โปร่งใสและชัดเจนในเรื่องค่าธรรมเนียม เงื่อนไข และขั้นตอนต่าง ๆ จะช่วยให้ผู้ซื้อเข้าใจกระบวนการขอสินเชื่อได้อย่างครบถ้วน และสามารถตัดสินใจได้อย่างมั่นใจ 4) การให้คำปรึกษาและแนะนำ โดยการมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาและแนะนำตลอดขั้นตอนการยื่นขอสินเชื่อ จะช่วยให้ผู้ซื้อเข้าใจรายละเอียดต่าง ๆ และสามารถเลือกสินเชื่อที่เหมาะสมกับความต้องการและความสามารถในการผ่อนชำระได้ 5) ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหา ในกรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อสงสัยระหว่างขั้นตอนการยื่นขอสินเชื่อ การมีผู้ให้บริการที่พร้อมให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที จะช่วยลดความเครียดและความกังวลของผู้ซื้อได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉมา ตีโลกวิชัย (2558) ที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การให้ความช่วยเหลือด้านสินเชื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมมือสองสำหรับผู้ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ด้านราคา ควรกำหนดราคาขายให้สอดคล้องกับงบประมาณของกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย ที่ผู้ซื้อมักจะทำการเลือกซื้อโดยเปรียบเทียบราคา ศึกษาและเปรียบเทียบราคาคอนโดมิเนียมมือสองในตลาดที่สนใจ เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่าที่สุด ตลอดจนการมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าส่วนกลาง ค่าธรรมเนียมการโอน ค่าจดจำนอง และค่าตกแต่ง อย่างไรก็ตามราคาจะมีความสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ใช้สอย ที่ความต้องการใช้งานของผู้ซื้อจะเลือกขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมกับจำนวนผู้อยู่อาศัย และรูปแบบการใช้ชีวิต ขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เพียงพอต่อการจัดวางเฟอร์นิเจอร์และของใช้ส่วนตัว

1.2 ด้านทำเลที่ตั้ง ควรใกล้ระบบขนส่งสาธารณะโดยเฉพาะรถไฟฟ้า ซึ่งผู้ซื้อมักจะเลือกคอนโดมิเนียมที่ใกล้สถานี BTS หรือ MRT เพื่อความสะดวกในการเดินทางและประหยัดค่าใช้จ่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบ ความใกล้เคียงกับร้านค้า ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และสถานที่สำคัญอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวันซึ่งสิ่งเหล่านี้มักจะตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า

1.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ควรให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ที่จอดรถ และระบบรักษาความปลอดภัย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น Co-working space สวนหย่อม หรือห้องสมุด

1.4 คอนโดเงินเหลือ ควรพิจารณาความสามารถในการผ่อนชำระ ก่อนแนะนำผู้ซื้อให้เลือกซื้อแบบคอนโดเงินเหลือ ควรพิจารณาความสามารถในการผ่อนชำระของผู้ซื้อ

1.5 การขอสินเชื่อ ควรอำนวยความสะดวกในการขอสินเชื่อให้แก่ผู้ซื้อ โดยอาจเปรียบเทียบเงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อจากหลาย ๆ ธนาคาร เพื่อเลือกสินเชื่อที่เหมาะสมที่สุดแก่ผู้ซื้อ และการให้บริการยื่นเอกสารขอสินเชื่อเพื่อให้กระบวนการขอสินเชื่อเป็นไปอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม การซื้อคอนโดมิเนียมเป็นการลงทุนระยะยาว ผู้ซื้อควรศึกษาข้อมูลอย่างรอบคอบ พิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อย่างละเอียด และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์ก่อนตัดสินใจ เพื่อให้ได้คอนโดมิเนียมที่ตรงกับการต้องการและเหมาะสมกับงบประมาณมากที่สุด

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก ควรสัมภาษณ์ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมมือสองอย่างละเอียดโดยใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ และแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ

2.2 การจัดกลุ่มสนทนาเพื่อให้ผู้ซื้อได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ในการซื้อคอนโดมิเนียมมือสอง

2.3 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับราคา ขนาดพื้นที่ใช้สอย ท่าเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอนโดมิเนียมมือสองในกรุงเทพฯ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอย เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับราคาคอนโดมิเนียมมือสอง

2.4 การเปรียบเทียบกับคอนโดมิเนียมใหม่ โดยศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองและคอนโดมิเนียมใหม่ เพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของผู้ซื้อแต่ละกลุ่ม

2.5 เปรียบเทียบกับตลาดเช่า โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตลาดซื้อขายคอนโดมิเนียมมือสองกับตลาดเช่า เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพฯ

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างเรียบร้อยด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์รองศาสตราจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องในจุดต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และอาจารย์ ดร.รลิตา สังข์บุญญากร ที่ร่วมเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และเป็นคณะกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพรหม พิริยะกุล ที่ให้ความกรุณามาเป็นประธานในการสอบสารนิพนธ์ในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณอาจารย์ภายในคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมทุก ๆ ท่าน ที่ได้ให้การอบรมสั่งสอนวิชาความรู้ที่มีคุณค่าแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมที่ได้ให้ความช่วยเหลืออย่างดี รวมถึงขอขอบคุณผู้ร่วมตอบแบบสอบถามและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยในการทำวิจัยให้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาและสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนและให้คำแนะนำที่ดีตลอดมา รวมถึงขอขอบคุณเพื่อนร่วมงาน เพื่อนคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม สาขาการตลาด และเพื่อนทุก ๆ ท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งตลอดมา ทำให้ผู้วิจัยสามารถประสบความสำเร็จในครั้งนี้

## เอกสารอ้างอิง

- เจริญจิตต์ ผจงวิริยาท. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพมหานคร. (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี).
- เทอร์รา บีเคเค. (2559). วิธีเลือกซื้อคอนโดมือสอง เพื่ออยู่อาศัยหรือเพื่อลงทุน. สืบค้นจาก <https://www.propertytoday.in.th/insight/วิธีเลือกซื้อคอนโดมือสอง>
- เพ็ญพร แซ่หลี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการคอมมูนิตี้ มอลล์ ของผู้บริโภคในโครงการ พีทีที พาร์ค มอลล์ จังหวัดสมุทรปราการ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต).
- ณัฐภูมิ พงษ์สิริ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 37(4), 101-118.
- ประภัสสร กาญจนวุฒิศิษฏ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองรอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส : กรณีศึกษา สถานีพร้อมพงษ์ สถานีทองหล่อ สถานีเอกมัย และสถานีพระโขนง. (ปริญญาเอกพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์).
- ปิยะวัฒน์ กิตติศักดิ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพมหานคร.
- วรวรรณ พรหมมา. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 19(1), 85-98.
- วรวิทย์ จิรวัดน์. (2563). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาคอนโดมิเนียมมือสองในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 40(2), 117-135.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สัญญาชัย ณะวิบูลย์ชัย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- อัชฌา ติโลกวิชัย. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- อนุชา ชินวัตร. (2558). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดพื้นที่ใช้สอยกับราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- K-Property. (2566). ส่องข้อดี-ข้อเสียการกู้คอนโดเงินเหลือ ดิจริงไหม. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/propertyforsale/article/pages/over-limit-condo-loan-arrangements.aspx>
- Kotri, A. (2006). Analyzing Customer Value Using Conjoint Analysis: The Example of a Packaging Company. University of Tartu, City of Tartu, Estonia.

NewbBENN. (2563). รู้ก่อนซื้อ 7 Segment คอนโดตามระดับราคามีแบบไหนบ้าง. สืบค้นจาก  
<https://www.condonewb.com/talk/409/7-Segment-แบ่งระดับคอนโด-ตามราคา>  
ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566). สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยมือสองทั่วประเทศ ไตรมาส 3 ปี  
2566. <https://www.reic.or.th/Research/Index/300>