

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ โดยทำการศึกษาจากพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พนักงานสายการบิน เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ และพนักงานของผู้ประกอบการต่างๆ ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) ตามประเภทของผู้ปฏิบัติงานที่กล่าวข้างต้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 248 คน ผลการวิเคราะห์เสนอได้ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 8)
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ (ตารางที่ 9 ถึง ตารางที่ 69)
- ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ (ตารางที่ 70 ถึง ตารางที่ 77)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	62	25.0
สายการบินต่างๆ	62	25.0
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	62	25.0
หน่วยงานอื่นๆ ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	62	25.0
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 2 ได้กำหนดสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่สังกัดหน่วยงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), สายการบินต่างๆ, หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ, หน่วยงานอื่นๆ ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	108	43.5
หญิง	140	56.5
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.5 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	158	63.7
31-40 ปี	72	29.1
41-50 ปี	13	5.2
มากกว่า 50 ปี	5	2.0
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.1 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.2 และอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	194	78.2
สมรส	47	19.0
ม่าย, หย่า อื่นๆ	7	2.8
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองลงมามีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 19.0 และสถานภาพม่าย, หย่า อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น และ/หรือต่ำกว่า	5	2.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ป.ว.ช.	13	5.2
อนุปริญญา หรือ ป.ว.ส.	17	6.9
ปริญญาตรี	183	73.8
สูงกว่าปริญญาตรี	30	12.1
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เช่น ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 12.1 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ป.ว.ส. คิดเป็นร้อยละ 6.9 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ป.ว.ช. คิดเป็นร้อยละ 5.2 และจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ/หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

รายได้รวมต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	35	14.1
10,000-20,000 บาท	148	59.7
20,001-30,000 บาท	44	17.7
30,001-40,000 บาท	18	7.3
40,001-50,000 บาท	3	1.2
มากกว่า 50,000 บาท	0	0.0
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้รวมต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมา มีรายได้รวมต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีรายได้รวมต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.1 มีรายได้รวมต่อเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.3 และมีรายได้รวมต่อเดือน 40,001-50,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบัน

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	75	30.2
3-4 คน	124	50.0
5-6 คน	39	15.8
มากกว่า 6 คน	10	4.0
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีจำนวนสมาชิก ในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบัน 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมามีจำนวนสมาชิก ในครอบครัว 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทความต้องการที่พักอาศัย

ประเภทความต้องการที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเช่าบ้าน	33	13.3
ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม	60	24.2
ต้องการซื้อบ้าน	97	39.1
ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม	58	23.4
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 23.4 ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 24.2 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทความต้องการที่พักอาศัย จำแนกตามเพศ

ประเภทความต้องการที่พักอาศัย	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต้องการเช่าบ้าน	14	19	33
	13.0	13.6	13.3
ต้องการเช่าอพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม	20	40	60
	18.5	28.6	24.2
ต้องการซื้อบ้าน	51	46	97
	47.2	32.9	39.1
ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม	23	35	58
	21.3	25.0	23.4
รวม	108	140	248
	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 21.3 ต้องการเช่าอพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 18.5 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาต้องการเช่าอพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 28.6 ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 25.0 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 13.6

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทความต้องการที่พักอาศัย จำแนกตามอายุ

ประเภทความต้องการที่พักอาศัย	อายุ				รวม
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต้องการเช่าบ้าน	19	11	2	1	33
	12.0	15.3	15.4	20.0	13.3
ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม	43	12	4	1	60
	27.2	16.7	30.8	20.0	24.2
ต้องการซื้อบ้าน	56	32	7	2	97
	35.4	44.4	53.8	40.0	39.1
ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม	40	17	0	1	58
	25.3	23.6	0.0	20.0	23.4
รวม	158	72	13	5	248
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 21-30 ปี ส่วนมากต้องการซื้อบ้านคิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 27.2 ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 25.3 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 31-40 ปี ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 23.6 ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 16.7 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 15.3

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41-50 ปี ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 30.8 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 15.4

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาต้องการเช่าบ้าน, ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม และต้องการซื้อคอนโดมิเนียม ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทความต้องการที่พักอาศัย จำแนกตามสถานภาพ

ประเภทความต้องการที่พักอาศัย	สถานภาพ			รวม
	โสด	สมรส	ม่าย,หย่า อื่นๆ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต้องการเช่าบ้าน	24	8	1	33
	12.4	17.0	14.3	13.3
ต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม	50	6	4	60
	25.8	12.8	57.1	24.2
ต้องการซื้อบ้าน	69	27	1	97
	35.6	57.4	14.3	39.1
ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม	51	6	1	58
	26.3	12.8	14.3	23.4
รวม	194	47	7	248
	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่โสด ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 26.3 ต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 25.8 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่สมรสแล้ว ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม และต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 12.8

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ม่ายหรือหย่าร้าง ส่วนมากต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาต้องการเช่าบ้าน, ต้องการซื้อบ้าน และต้องการซื้อคอนโดมิเนียม ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทความต้องการที่พักอาศัย จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

ประเภทความต้องการ ที่พักอาศัย	หน่วยงานที่สังกัด				รวม
	บมจ. ท่าอากาศยาน ไทย	สายการบิน	หน่วยงาน ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	หน่วยงานอื่นๆ ภายในท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ต้องการเช่าบ้าน	9	6	10	8	33
	14.5	9.7	16.1	12.9	13.3
ต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือ คอนโดมิเนียม	7	19	18	16	60
	11.3	30.6	29.0	25.8	24.2
ต้องการซื้อบ้าน	35	13	25	24	97
	56.5	21.0	40.3	38.7	39.1
ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม	11	24	9	14	58
	17.7	38.7	14.5	22.6	23.4
รวม	62	62	62	62	248
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานของบมจ.ท่าอากาศยานไทย ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 17.7 ต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 11.3

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานสายการบิน ส่วนมากต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 30.6 ต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาต้องการเช่าพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 29.0 ต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 14.5

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานอื่นๆ ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 25.8 ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 22.6 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 12.9

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทความต้องการที่พักอาศัย จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ประเภทความต้องการ ที่พักอาศัย	รายได้รวมต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000– 20,000 บาท	20,001– 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ต้องการเช่าบ้าน	9	19	2	3	33
	25.7	12.8	4.5	14.3	13.3
ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือ คอนโดมิเนียม	9	39	9	3	60
	25.7	26.4	20.5	14.3	24.2
ต้องการซื้อบ้าน	8	54	25	10	97
	22.9	36.5	56.8	47.6	39.1
ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม	9	36	8	5	58
	25.7	24.3	18.2	23.8	23.4
รวม	35	148	44	21	248
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนมากต้องการเช่าบ้าน ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม และต้องการซื้อคอนโดมิเนียม ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมาต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 22.9

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ 10,000–20,000 บาท ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 26.4 ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 24.3 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 12.8

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ 20,001–30,000 บาท ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 20.5 ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 18.2 และต้องการเช่าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้มากกว่า 30,000 บาท ส่วนมากต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาต้องการซื้อคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 23.8 ต้องการเช่าบ้าน คิดเป็น และต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 14.3



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าบ้าน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย	20	12	1	0	0	4.58	มากที่สุด	3
	60.6	36.4	3.0	0.0	0.0			
2. อายุการใช้งานของที่พักอาศัยตั้งแต่สร้างเสร็จ	11	19	3	0	0	4.24	มากที่สุด	5
	33.3	57.6	9.1	0.0	0.0			
3. ความสะอาดของที่พักอาศัย	22	11	0	0	0	4.67	มากที่สุด	1
	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0			
4. สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย	23	9	1	0	0	4.67	มากที่สุด	1
	69.7	27.3	3.0	0.0	0.0			
5. ขนาดของที่พักอาศัย	9	14	10	0	0	3.97	มาก	8
	27.3	42.4	30.3	0.0	0.0			
6. สาธารณูปการบริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น	11	12	10	0	0	4.03	มาก	7
	33.3	36.4	30.3	0.0	0.0			
7. การตกแต่งภายในที่พักอาศัย	5	14	14	0	0	3.73	มาก	9
	15.2	42.4	42.4	0.0	0.0			
8. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในที่พักอาศัย	5	10	18	0	0	3.61	มาก	10
	15.2	30.3	54.5	0.0	0.0			
9. สาธารณูปโภคภายในที่พักอาศัย	11	18	4	0	0	4.21	มากที่สุด	6
	33.3	54.5	12.1	0.0	0.0			
10. ความสะดวกสบายในการคมนาคม	15	16	2	0	0	4.39	มากที่สุด	4
	45.5	48.5	6.1	0.0	0.0			
11. เงื่อนไขการเช่าพักอาศัย เช่น ต้องพักอย่างน้อย 6 เดือน เป็นต้น	7	8	15	3	0	3.58	มาก	11
	21.2	24.2	45.5	9.1	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.15	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ความสะอาดของที่พักอาศัย และสภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ความสะดวกสบายในการคมนาคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อายุการใช้งานของที่พักอาศัย ตั้งแต่สร้างเสร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และสาธารณูปโภคภายในที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง สาธารณูปการบริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ขนาดของที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 การตกแต่งภายในที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และเงื่อนไขการเช่าที่พักอาศัย เช่น ต้องพักอย่างน้อย 6 เดือน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามประเภทของที่พักอาศัยที่ต้องการเช่า

ประเภทของที่พักอาศัยที่ต้องการเช่า	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	17	51.5
บ้านเดี่ยวสองชั้น	12	36.3
บ้านแฝด	0	0.0
ทาวน์เฮ้าส์	2	6.1
อาคารพาณิชย์	2	6.1
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านส่วนมากต้องการเช่าบ้านเดี่ยวชั้นเดียว คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาต้องการเช่าบ้านเดี่ยวสองชั้น คิดเป็นร้อยละ 36.3 ต้องการเช่าทาวน์เฮ้าส์ และเช่าอาคารพาณิชย์ ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 6.1

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามจำนวนห้องนอนที่ต้องการ

จำนวนห้องนอนที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1 ห้องนอน	1	3.0
2 ห้องนอน	23	69.7
3 ห้องนอน	8	24.3
มากกว่า 3 ห้องนอน	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านส่วนมากต้องการห้องนอน 2 ห้องนอน คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาต้องการห้องนอน 3 ห้องนอน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ต้องการห้องนอน 1 ห้องนอน และต้องการมากกว่า 3 ห้องนอน ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการภายในที่พักอาศัย

เฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการภายในที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
เตียง	28	84.8
ตู้เสื้อผ้า	26	78.8
โต๊ะเครื่องแป้ง	14	42.4
ชุดรับแขก	20	60.6
โต๊ะอาหาร	13	39.4
โต๊ะทำงาน	11	33.3
ชั้นวางโทรทัศน์	16	48.5
ครัว	20	60.6

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านส่วนมากต้องการเตียงภายในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมาต้องการตู้เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 78.8 ต้องการชุดรับแขก และต้องการครัว ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 60.6

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตาม
เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ต้องการภายในที่พักอาศัย

เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ต้องการภายในที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
พัดลม	13	39.4
เครื่องปรับอากาศ	26	78.8
เครื่องทำน้ำอุ่น	13	39.4
โทรทัศน์	21	63.6
ตู้เย็น	20	60.6

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านส่วนมากต้องการ
เครื่องปรับอากาศภายในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมาต้องการโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ
63.6 และต้องการตู้เย็น คิดเป็นร้อยละ 60.6

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ค่าเช่าต่อเดือน	12	13	7	0	1	4.06	มาก	1
	36.4	39.4	21.2	0.0	3.0			
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ เช่น จ่ายเดือนละ 2 งวด	3	13	9	7	1	3.30	ปานกลาง	5
	9.1	39.4	27.3	21.2	3.0			
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	2	16	9	4	2	3.36	ปานกลาง	4
	6.1	48.5	27.3	12.1	6.1			
4. ค่าประกันและค่ามัดจำ	2	15	9	5	2	3.30	ปานกลาง	5
	6.1	45.5	27.3	15.2	6.1			
5. ค่าไฟฟ้า	4	15	8	5	1	3.48	มาก	2
	12.1	45.5	24.2	15.2	3.0			
6. ค่าน้ำประปา	3	15	9	4	2	3.39	ปานกลาง	3
	9.1	45.5	27.3	12.1	6.1			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.48	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง ค่าเช่าต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และค่าไฟฟ้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในเรื่อง ค่าน้ำประปา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ เช่น จ่ายเดือนละ 2 งวด และค่าประกันและค่ามัดจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามค่าเช่าต่อเดือนที่ต้องการ

ค่าเช่าต่อเดือนที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	15	45.4
3,000–6,000 บาท	16	48.5
6,001-9,000 บาท	2	6.1
9,001-12,000 บาท	0	0.0
12,001-15,000 บาท	0	0.0
มากกว่า 15,000 บาท	0	0.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านส่วนมากต้องการเช่าบ้านที่มีค่าเช่าต่อเดือน 3,000–6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาต้องการค่าเช่า ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.4 และต้องการค่าเช่าต่อเดือน 6,001-9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.1

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามรูปแบบการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ

รูปแบบการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน	25	75.8
จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือน	7	21.2
จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 6 เดือน	0	0.0
อื่นๆ - ไม่มีค่าเช่าล่วงหน้า	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านส่วนมากต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และต้องการให้ไม่มีการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามรูปแบบการจ่ายค่าประกันหรือค่ามัดจำที่ต้องการ

รูปแบบการจ่ายค่าประกันหรือค่ามัดจำที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน	30	90.9
2 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน	2	6.1
3 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน	0	0.0
อื่นๆ – ไม่มีค่าประกันหรือค่ามัดจำ	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านส่วนมากต้องการจ่ายค่าประกันหรือค่ามัดจำ 1 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาต้องการจ่ายค่าประกันหรือค่ามัดจำ 2 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และต้องการให้ไม่มีการจ่ายค่าประกันหรือค่ามัดจำ คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเข้าบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สามารถติดต่อเข้าพักได้สะดวก	14	18	1	0	0	4.39	มากที่สุด	1
	42.4	54.5	3.0	0.0	0.0			
2. สามารถติดต่อสอบถามได้หลังเวลาทำงาน	12	17	4	0	0	4.24	มากที่สุด	2
	36.4	51.5	12.1	0.0	0.0			
3. สามารถติดต่อทาง E-mail ได้	4	13	13	3	0	3.55	มาก	3
	12.1	39.4	39.4	9.1	0.0			
4. มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง	2	9	21	1	0	3.36	ปานกลาง	4
	6.1	27.3	63.6	3.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.89	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเข้าบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง สามารถติดต่อเข้าพักได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และสามารถติดต่อสอบถามได้หลังเวลาทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง สามารถติดต่อทาง E-mail ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในเรื่อง มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเข้าบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่า เช่น จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 ปีลดค่าเช่าให้ 1 เดือน	11	11	10	0	1	3.94	มาก	2
	33.3	33.3	30.3	0.0	3.0			
2. คำบอกเล่าของจากคนรู้จัก	1	17	14	0	1	3.52	มาก	4
	3.0	51.5	42.4	0.0	3.0			
3. การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0	14	17	1	1	3.33	ปานกลาง	5
	0.0	42.4	51.5	3.0	3.0			
4. การโฆษณาตามสื่อวิทยุ	1	12	15	4	1	3.21	ปานกลาง	6
	3.0	36.4	45.5	12.1	3.0			
5. การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว	2	15	16	0	0	3.58	มาก	3
	6.1	45.5	48.5	0.0	0.0			
6. สามารถเข้าชมที่พักอาศัยได้ก่อนตัดสินใจ	11	16	5	1	0	4.12	มาก	1
	33.3	48.5	15.2	3.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.62	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเข้าบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง สามารถเข้าชมที่พักอาศัยได้ก่อนตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีส่วนลดพิเศษของค่าเช่า เช่น จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 ปีลดค่าเช่าให้ 1 เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 มีการโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และคำบอกเล่าของจากคนรู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในเรื่อง การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และการโฆษณาตามสื่อวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.48	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.89	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	มาก

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าบ้านให้ความสำคัญมากคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย	42	16	2	0	0	4.67	มากที่สุด	3
	70.0	26.7	3.3	0.0	0.0			
2. ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของโครงการ	13	19	25	3	0	3.70	มาก	15
	21.7	31.7	41.7	5.0	0.0			
3. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคารที่พักอาศัย	18	25	16	0	1	3.98	มาก	12
	30.0	41.7	26.7	0.0	1.7			
4. ความมั่นคงถาวรของตัวอาคารที่พักอาศัย	37	17	6	0	0	4.52	มากที่สุด	6
	61.7	28.3	10.0	0.0	0.0			
5. ความสะอาดของที่พักอาศัย	42	18	0	0	0	4.70	มากที่สุด	2
	70.0	30.0	0.0	0.0	0.0			
6. สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย	39	16	5	0	0	4.57	มากที่สุด	5
	65.0	26.7	8.3	0.0	0.0			
7. ระบบรักษาความปลอดภัยภายในที่พักอาศัย เช่น ประตูระบบลิฟต์การ์ด โทรทัศน์วงจรปิด เป็นต้น	48	11	1	0	0	4.78	มากที่สุด	1
	80.0	18.3	1.7	0.0	0.0			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงภายในที่พักอาศัย เช่น ที่จอดรถ ร้านขายของชำ เป็นต้น	11	40	8	1	0	4.02	มาก	10
	18.3	66.7	13.3	1.7	0.0			
9. สาธารณูปการบริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น	20	28	10	2	0	4.10	มาก	8
	33.3	46.7	16.7	3.3	0.0			
10. จำนวนห้องพักทั้งหมดภายในอาคาร	6	15	35	4	0	3.38	ปานกลาง	17
	10.0	25.0	58.3	6.7	0.0			
11. ขนาดของห้องพัก	22	21	17	0	0	4.08	มาก	9
	36.7	35.0	28.3	0.0	0.0			

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
12. รูปแบบของห้องพัก เช่น ห้อง Studio ห้อง 1 ห้องนอน มีหน้าต่าง มีระเบียง เป็นต้น	16	28	16	0	0	4.00	มาก	11
	26.7	46.7	26.7	0.0	0.0			
13. การตกแต่งภายในห้องพัก	18	20	21	1	0	3.92	มาก	13
	30.0	33.3	35.0	1.7	0.0			
14. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	17	19	22	2	0	3.85	มาก	14
	28.3	31.7	36.7	3.3	0.0			
15. สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงภายในห้องพัก เช่น พัดลม เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ เป็นต้น	21	26	13	0	0	4.13	มาก	7
	35.0	43.3	21.7	0.0	0.0			
16. ความสะอาดสบายในการคมนาคม	42	16	2	0	0	4.67	มากที่สุด	3
	70.0	26.7	3.3	0.0	0.0			
17. เงื่อนไขการเช่าพักอาศัย เช่น ต้องพักอย่างน้อย 6 เดือน เป็นต้น	9	14	32	3	2	3.42	มาก	16
	15.0	23.3	53.3	5.0	3.3			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.15	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ระบบรักษาความปลอดภัยภายในที่พักอาศัย เช่น ประตูระบบคีย์การ์ด โทรทัศน์วงจรปิด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ความสะอาดของที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ความสะอาดสบายในการคมนาคมและทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และความมั่นคงถาวรของตัวอาคารที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงภายในห้องพัก เช่น พัดลม เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 สาธารณูปการ

บริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ขนาดของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงภายในที่พักอาศัย เช่น ที่จอดรถ ร้านขายของชำ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รูปแบบของห้องพัก เช่น ห้อง Studio ห้อง 1 ห้องนอน มีหน้าต่าง มีระเบียง เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคารที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 การตกแต่งภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเงื่อนไขการเข้าพักอาศัย เช่น ต้องพักอย่างน้อย 6 เดือน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่อง จำนวนห้องพักทั้งหมดภายในอาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามรูปแบบของห้องพักที่ต้องการเช่า

รูปแบบของห้องพักที่ต้องการเช่า	จำนวน	ร้อยละ
ห้องแบบ Studio มีหน้าต่าง	1	1.7
ห้องแบบ Studio มีระเบียง	3	5.0
ห้องแบบ Studio มีหน้าต่างและระเบียง	19	31.7
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่าง	4	6.7
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีระเบียง	3	5.0
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่างและระเบียง	9	15.0
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีหน้าต่าง	0	0
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีระเบียง	5	8.3
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีหน้าต่างและระเบียง	15	25.0
อื่นๆ – ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องครีว มีหน้าต่างและระเบียง	1	1.7
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการเช่าห้องแบบ Studio มีหน้าต่างและระเบียง คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาต้องการเช่าห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีหน้าต่างและระเบียง คิดเป็น ร้อยละ 25.0 ต้องการเช่าห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่างและระเบียง คิดเป็นร้อยละ 15.0 ต้องการเช่าห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีระเบียง คิดเป็นร้อยละ 8.3 ต้องการเช่าห้องแบบ

1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่าง คิดเป็นร้อยละ 6.7 ต้องการเช่าห้องแบบ Studio มีระเบียง และต้องการเช่าห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีระเบียง ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 5.0 และต้องการเช่าห้องแบบ Studio มีหน้าต่าง หรืออื่นๆ (ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องครัว มีหน้าต่าง และระเบียง) ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงที่ต้องการภายในที่พักอาศัย

สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงที่ต้องการภายในที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร	54	90.0
ร้านขายของชำ	44	73.3
ร้านซักรีด	37	61.7
ร้านเสริมสวย	23	38.3
ห้องออกกำลังกาย	35	58.3
สระว่ายน้ำ	21	35.0
ห้องซาวน่า	6	10.0
ห้องอบไอน้ำ	3	5.0
ที่จอดรถ	48	80.0
สวนพักผ่อน	33	55.0

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาต้องการที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 80.0 ต้องการร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 73.3 ต้องการร้านซักรีด คิดเป็นร้อยละ 61.7 ต้องการห้องออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 58.3 และต้องการสวนพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 55.0

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการภายในห้องพัก

เฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการภายในห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
เตียง	59	98.3
ตู้เสื้อผ้า	58	96.7
โต๊ะเครื่องแป้ง	38	63.3
โต๊ะข้างเตียง	18	30.0
โต๊ะอาหาร	22	36.7
โต๊ะทำงาน	28	46.7
เก้าอี้	29	48.3
ชั้นวางโทรทัศน์	38	63.3
ชั้นวางหนังสือ	19	31.7

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการเตียงภายในห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมาต้องการตู้เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 96.7 ต้องการโต๊ะเครื่องแป้ง และต้องการชั้นวางโทรทัศน์ ในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 63.3

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงที่ต้องการภายในห้องพัก

สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงที่ต้องการภายในห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
พัดลม	24	40.0
เครื่องปรับอากาศ	47	78.3
เครื่องทำน้ำอุ่น	38	63.3
โทรทัศน์	33	55.0
ตู้เย็น	37	61.7
โทรศัพท์	45	75.0
อินเทอร์เน็ต	41	68.3
เคเบิลทีวี	48	80.0

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการเคเบิลทีวีภายในห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาต้องการเครื่องปรับอากาศ คิดเป็นร้อยละ 78.3 ต้องการโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 75.0 ต้องการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 68.3 ต้องการเครื่องทำน้ำอุ่น คิดเป็นร้อยละ 63.3 ต้องการตู้เย็น คิดเป็นร้อยละ 61.7 ต้องการโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 55.0 และต้องการพัดลม คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ค่าเช่ารายเดือน	34	19	5	0	2	4.38	มากที่สุด	1
	56.7	31.7	8.3	0.0	3.3			
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ	11	22	17	7	3	3.52	มาก	6
	18.3	36.7	28.3	11.7	5.0			
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	8	30	11	7	4	3.52	มาก	6
	13.3	50.0	18.3	11.7	6.7			
4. ค่าประกันและค่ามัดจำ	8	30	9	9	4	3.48	มาก	8
	13.3	50.0	15.0	15.0	6.7			
5. ค่าไฟฟ้า	16	30	10	2	2	3.93	มาก	2
	26.7	50.0	16.7	3.3	3.3			
6. ค่าน้ำ	18	26	12	2	2	3.93	มาก	2
	30.0	43.3	20.0	3.3	3.3			
7. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	10	22	14	11	3	3.42	มาก	9
	16.7	36.7	23.3	18.3	5.0			
8. ค่าอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก	13	26	11	9	1	3.68	มาก	5
	21.7	43.3	18.3	15.0	1.7			
9. ค่าที่จอดรถ	18	22	10	4	6	3.70	มาก	4
	30.0	36.7	16.7	6.7	10.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.73	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ค่าเช่ารายเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ค่าที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ค่าอินเทอร์เน็ตภายใน

ห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ และการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ค่าประกันและค่ามัดจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามค่าเช่าต่อเดือนที่ต้องการ

ค่าเช่าต่อเดือนที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	20	33.3
3,000–5,000 บาท	36	60.0
5,001-7,000 บาท	3	5.0
7,001-9,000 บาท	1	1.7
9,000-12,000 บาท	0	0.0
12,001-15,000 บาท	0	0.0
มากกว่า 15,000 บาท	0	0.0
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมที่มีค่าเช่าต่อเดือน 3,000–5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาต้องการค่าเช่าต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ต้องการค่าเช่าต่อเดือน 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 และต้องการค่าเช่าต่อเดือน 7,001-9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามรูปแบบการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ

รูปแบบการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน	44	73.3
จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือน	15	25.0
จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 6 เดือน	0	0.0
อื่นๆ – ไม่มีค่าเช่าล่วงหน้า	1	1.7
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และต้องการให้ไม่มีการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามรูปแบบการจ่ายค่าประกันหรือค้ำมัดจำที่ต้องการ

รูปแบบการจ่ายค่าประกันหรือค้ำมัดจำที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน	49	81.7
2 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน	6	10.0
3 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน	3	5.0
อื่นๆ – ไม่มีค่าประกันหรือค้ำมัดจำ	2	3.3
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการจ่ายค่าประกันหรือค้ำมัดจำ 1 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 81.7 รองลงมาต้องการจ่ายค่าประกันหรือค้ำมัดจำ 2 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ต้องการจ่ายค่าประกันหรือค้ำมัดจำ 3 เท่าของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และต้องการให้ไม่มีการจ่ายค่าประกันหรือค้ำมัดจำ คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามรูปแบบการจ่ายค่าไฟฟ้าที่ต้องการ

รูปแบบการจ่ายค่าไฟฟ้าที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
แบบเหมาจ่าย	5	8.3
แบบคิดมิเตอร์	55	91.7
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการจ่ายค่าไฟฟ้าแบบคิดมิเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาต้องการจ่ายค่าไฟฟ้าแบบเหมาจ่าย คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามรูปแบบการจ่ายค่าน้ำที่ต้องการ

รูปแบบการจ่ายค่าน้ำที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
แบบเหมาจ่าย	13	21.7
แบบคิดมิเตอร์	47	78.3
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม ส่วนมากต้องการจ่ายค่าน้ำแบบคิดมิเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาต้องการจ่ายค่าน้ำแบบเหมาจ่าย คิดเป็นร้อยละ 21.7

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สามารถติดต่อเข้าพักได้สะดวก	35	25	0	0	0	4.58	มากที่สุด	1
	58.3	41.7	0.0	0.0	0.0			
2. สามารถติดต่อที่พักอาศัยได้หลังเวลาทำงาน	26	30	3	1	0	4.35	มากที่สุด	2
	43.3	50.0	5.0	1.7	0.0			
3. สามารถติดต่อทางอีเมลล์ (E-mail) ได้	12	27	16	5	0	3.77	มาก	3
	20.0	45.0	26.7	8.3	0.0			
4. มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง	10	17	27	6	0	3.52	มาก	4
	16.7	28.3	45.0	10.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.05	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง สามารถติดต่อเข้าพักได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และสามารถติดต่อที่พักอาศัยได้หลังเวลาทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง สามารถติดต่อทางอีเมลล์ (E-mail) ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่า เช่น จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 ปีลดค่าเช่าให้ 1 เดือน	23	15	17	1	4	3.87	มาก	2
	38.3	25.0	28.3	1.7	6.7			
2. คำบอกเล่าของจากคนรู้จัก	11	27	19	1	2	3.73	มาก	4
	18.3	45.0	31.7	1.7	3.3			
3. การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	8	20	23	7	2	3.42	มาก	5
	13.3	33.3	38.3	11.7	3.3			
4. การโฆษณาตามสื่อวิทยุ	4	15	31	6	4	3.15	ปานกลาง	7
	6.7	25.0	51.7	10.0	6.7			
5. การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว	7	19	25	6	3	3.35	ปานกลาง	6
	11.7	31.7	41.7	10.0	5.0			
6. สามารถเข้าชมที่พักอาศัยได้ก่อนตัดสินใจ	32	19	9	0	0	4.38	มากที่สุด	1
	53.3	31.7	15.0	0.0	0.0			
7. มี Website ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัย	20	19	15	4	2	3.85	มาก	3
	33.3	31.7	25.0	6.7	3.3			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.68	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 39 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง สามารถเข้าชมที่พักอาศัยได้ก่อนตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง การให้ส่วนลดพิเศษของค่าเช่า เช่น จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 ปีลดค่าเช่าให้ 1 เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มี Website ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 คำบอกเล่าของจากคนรู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และการโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในเรื่อง การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และการโฆษณาตามสื่อวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียม
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.73	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.05	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.68	มาก

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 60 คน

จากตารางที่ 40 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้มีความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อบ้าน

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย	59	33	5	0	0	4.56	มากที่สุด	4
	60.8	34.0	5.2	0.0	0.0			
2. ชื่อเสียงของโครงการที่พักอาศัย	25	41	30	1	0	3.93	มาก	13
	25.8	42.3	30.9	1.0	0.0			
3. ชื่อเสียงของบริษัทผู้ประกอบการ	31	42	23	1	0	4.06	มาก	11
	32.0	43.3	23.7	1.0	0.0			
4. สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย	58	34	5	0	0	4.55	มากที่สุด	5
	59.8	35.1	5.2	0.0	0.0			
5. สาธารณูปการบริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น	33	47	16	1	0	4.15	มาก	10
	34.0	48.5	16.5	1.0	0.0			
6. ความหลากหลายของรูปแบบบ้าน	21	49	25	2	0	3.92	มาก	14
	21.6	50.5	25.8	2.1	0.0			
7. คุณภาพของสิ่งก่อสร้าง (ฝีมือการก่อสร้าง)	61	33	3	0	0	4.60	มากที่สุด	2
	62.9	34.0	3.1	0.0	0.0			
8. คุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้	60	32	5	0	0	4.57	มากที่สุด	3
	61.9	33.0	5.2	0.0	0.0			
9. บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย (เข้าอยู่ได้ทันที)	38	37	22	0	0	4.16	มาก	9
	39.2	38.1	22.7	0.0	0.0			
10. สาธารณูปโภคภายใน โครงการที่พักอาศัย เช่น ระบบกำจัดขยะ ระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น	53	39	5	0	0	4.49	มากที่สุด	6
	54.6	40.2	5.2	0.0	0.0			
11. การตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์พร้อมอยู่	17	37	35	8	0	3.65	มาก	15
	17.5	38.1	36.1	8.2	0.0			

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
12. ระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณทางเข้า-ออกโครงการและสำหรับบ้านแต่ละหลัง	51	42	4	0	0	4.48	มากที่สุด	7
	52.6	43.3	4.1	0.0	0.0			
13. สโมสร, สถานที่ออกกำลังกาย และสวนพักผ่อนภายในโครงการ	30	41	26	0	0	4.04	มาก	12
	30.9	42.3	26.8	0.0	0.0			
14. ระยะเวลาการรับประกันบ้าน	50	40	7	0	0	4.44	มากที่สุด	8
	51.5	41.2	7.2	0.0	0.0			
15. ความสะดวกสบายในการคมนาคม	62	32	3	0	0	4.61	มากที่สุด	1
	63.9	33.0	3.1	0.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.28	มากที่สุด	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 41 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ความสะดวกสบายในการคมนาคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 คุณภาพของสิ่งก่อสร้าง (ฝีมือการก่อสร้าง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 คุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 สาธารณูปโภคภายในโครงการที่พักอาศัย เช่น ระบบกำจัดขยะ ระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณทางเข้า-ออกโครงการและสำหรับบ้านแต่ละหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และระยะเวลาการรับประกันบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย (เข้าอยู่ได้ทันที) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สาธารณูปการบริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ชื่อเสียงของบริษัทผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 สโมสร, สถานที่ออกกำลังกาย และสวนพักผ่อนภายในโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ชื่อเสียงของโครงการที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความหลากหลายของรูปแบบบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์พร้อมอยู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามประเภทที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ

ประเภทที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	15	15.5
บ้านเดี่ยวชั้นเดียวพร้อมสวน	13	13.4
บ้านเดี่ยวสองชั้น	41	42.3
บ้านเดี่ยวสองชั้นพร้อมสวน	41	42.3
บ้านแฝด	4	4.1
ทาวน์เฮ้าส์	12	12.4

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้น และบ้านเดี่ยวสองชั้นพร้อมสวน ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาต้องการซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว คิดเป็นร้อยละ 15.5 ต้องการซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียวพร้อมสวน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และต้องการซื้อทาวน์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามรูปแบบที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ

รูปแบบที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านสไตล์ทันสมัย (Modern)	29	29.9
บ้านสวน	32	33.0
บ้านสไตล์ร่วมสมัย (Contemporary) สามารถเข้ากับทุกยุคสมัย เน้นประโยชน์ใช้สอย	44	45.4
บ้านสไตล์ทรอปิคอล (Tropical) เน้นสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพ โดยรอบบ้านเป็นหลัก	23	23.7
บ้านสไตล์อังกฤษยุคเก่า (Tudor) หลังคาทรงสูง และหุหุระ	5	5.2
บ้านสไตล์นีโอคลาสสิก (Neo Classic) ดูอบอุ่น มีรูปแบบและการใช้งานแบบสมัยนิยม	12	12.4

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการซื้อบ้านสไตล์ร่วมสมัย (Contemporary) สามารถเข้ากับทุกยุคสมัย เน้นประโยชน์ใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาต้องการซื้อบ้านสวน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ต้องการซื้อบ้านสไตล์ทันสมัย (Modern) คิดเป็นร้อยละ 29.9 และต้องการบ้านสไตล์ทรอปิคอล (Tropical) เน้นสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพโดยรอบบ้านเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 23.7

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในของที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ

ลักษณะการตกแต่งภายในของที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการตกแต่งจากผู้ขาย	13	13.4
บุผนังด้วยวอลเปเปอร์ (Wallpaper)	29	29.9
ปูพื้นด้วยไม้ปาเก้อย่างดี	48	49.5
ติดตั้งเครื่องปรับอากาศทุกห้อง	41	42.3
เครื่องใช้ไฟฟ้า (เช่น โสมเธียร์เตอร์)	20	20.6
ชุดรับแขก	36	37.1
เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	30	30.9
ชุดห้องครัว Build-in	58	59.8
ชุดห้องน้ำพร้อมอ่างอาบน้ำ	38	39.2
เฟอร์นิเจอร์ Build-in ทั้งหมด	36	37.1

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการให้มีชุดห้องครัว Build-in คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาต้องการให้ปูพื้นด้วยไม้ปาเก้อย่างดี คิดเป็นร้อยละ 49.5 และต้องการให้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศทุกห้อง คิดเป็นร้อยละ 42.3

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามจำนวนห้องนอนที่ต้องการ

จำนวนห้องนอนที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ห้องนอน	30	30.9
3-4 ห้องนอน	63	64.9
5 ห้องนอน	3	3.1
มากกว่า 5 ห้องนอน	1	1.0
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการห้องนอน 3-4 ห้องนอน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมาต้องการห้องนอน 1-2 ห้องนอน คิดเป็นร้อยละ 30.9

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามขนาดโรงจอดรถยนต์ที่ต้องการ

จำนวนโรงจอดรถยนต์ที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	22	22.7
2 คัน	61	62.9
3 คัน	11	11.3
4 คันขึ้นไป	3	3.1
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการโรงจอดรถยนต์ขนาด 2 คัน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาต้องการโรงจอดรถยนต์ขนาด 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และต้องการโรงจอดรถยนต์ขนาด 3 คัน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามขนาดที่ดินที่ต้องการ

ขนาดที่ดินที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 ตารางวา	14	14.4
50-100 ตารางวา	68	70.1
101- 200 ตารางวา	9	9.3
201-400 ตารางวา	5	5.2
มากกว่า 400 ตารางวา	1	1.0
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการที่ดินขนาด 50-100 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาต้องการที่ดินขนาดต่ำกว่า 50 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 14.4

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตาม สิ่งที่ต้องการให้มีในที่พักอาศัยหรือโครงการที่ต้องการซื้อ

สิ่งที่อยากให้มีในที่พักอาศัยหรือโครงการที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีสัญญาประกันขโมยภายในบ้าน	63	64.9
มีจุดบริการป้องกันเพลิงไหม้ใกล้บ้าน	58	59.8
มีศูนย์ให้บริการพยาบาลภายในโครงการ	41	42.3
ประตูรั้วบ้านแบบรีโมทคอนโทรล	29	29.9
มีบริการซ่อมบำรุงโดยช่างของโครงการ	62	63.9
มีสนามหญ้าและต้นไม้ใหญ่ในสวนทุกหลัง	60	61.9
บริการทำสวนและตัดหญ้าในราคามาตรฐาน	41	42.3
บริการทำความสะอาดในราคามาตรฐาน	54	55.7

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการให้มีสัญญาประกันขโมยภายในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมาต้องการให้มีบริการซ่อมบำรุงโดยช่างของโครงการ คิดเป็นร้อยละ 63.9 ต้องการให้มีสนามหญ้าและต้นไม้ใหญ่ในสวนทุกหลัง คิดเป็นร้อยละ 61.9 ต้องการให้มีจุดบริการป้องกันเพลิงไหม้ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และต้องการให้มีบริการทำความสะอาดในราคามาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 55.7

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคาบ้านถูกกว่าเมื่อเทียบกับบ้านลักษณะเดียวกันของโครงการอื่น	42	43	12	0	0	4.31	มากที่สุด	2
	43.3	44.3	12.4	0.0	0.0			
2. ราคาที่ดินต่อตารางวาถูกกว่าโครงการอื่น	39	44	14	0	0	4.26	มากที่สุด	3
	40.2	45.4	14.4	0.0	0.0			
3. สามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม	33	50	14	0	0	4.20	มากที่สุด	5
	34.0	51.5	14.4	0.0	0.0			
4. อัตราค่าบริการสาธารณูปโภคถูกกว่าโครงการอื่น	36	45	16	0	0	4.21	มากที่สุด	4
	37.1	46.4	16.5	0.0	0.0			
5. จำนวนเงินค่านี้น้อยกว่าโครงการอื่น	18	48	30	0	1	3.85	มาก	9
	18.6	49.5	30.9	0.0	1.0			
6. สามารถผ่อนชำระเงินค่านี้ได้	26	49	19	2	1	4.00	มาก	8
	26.8	50.5	19.6	2.1	1.0			
7. เงื่อนไขการผ่อนชำระเงินค่านี้นดีกว่าโครงการอื่น	35	44	17	0	1	4.15	มาก	6
	36.1	45.4	17.5	0.0	1.0			
8. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกกว่าโครงการอื่น	58	28	10	0	1	4.46	มากที่สุด	1
	59.8	28.9	10.3	0.0	1.0			
9. ระยะเวลาการผ่อนกู้สั้นกว่าโครงการอื่น	35	43	18	0	1	4.14	มาก	7
	36.1	44.3	18.6	0.0	1.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.18	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 49 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ราคาบ้านถูกกว่าเมื่อเทียบกับบ้านลักษณะเดียวกันของโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ราคาที่ดินต่อตารางวาถูกกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อัตราค่าบริการสาธารณูปโภคถูกกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และสามารถต่อรองราคาได้ตาม

ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง
เงื่อนไขการผ่อนชำระเงินดาวน์ดีกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ระยะเวลาการผ่อนกู้ยาวนาน
กว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 สามารถผ่อนชำระเงินดาวน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ
จำนวนเงินดาวน์น้อยกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามราคา
ที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ

ราคาที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	19	19.6
1,000,000–2,000,000 บาท	40	41.2
2,000,001–3,000,000 บาท	22	22.7
3,000,001–4,000,000 บาท	12	12.4
4,000,001–5,000,000 บาท	2	2.1
มากกว่า 5,000,000 บาท	2	2.1
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการซื้อบ้านราคา
1,000,000–2,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาต้องการซื้อบ้านราคา 2,000,001–
3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.7 ต้องการซื้อบ้านราคาต่ำกว่า 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.6
และต้องการซื้อบ้านราคา 3,000,001–4,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามจำนวนเงินคาวนที่คิดว่าเหมาะสม

จำนวนเงินคาวนที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
5% ของราคาที่พักอาศัย	31	32.0
10% ของราคาที่พักอาศัย	44	45.4
15% ของราคาที่พักอาศัย	13	13.4
20% ของราคาที่พักอาศัย	3	3.1
อื่นๆ เช่น ฟรีเงินคาวน	6	6.2
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการจ่ายเงินคาวน 10% ของราคาที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาต้องการจ่ายเงินคาวน 5% ของราคาที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 32.0 และต้องการจ่ายเงินคาวน 15% ของราคาที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 13.4

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามจำนวนงวดในการผ่อนชำระเงินคาวนที่คิดว่าเหมาะสม

จำนวนงวดในการผ่อนชำระเงินคาวนที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
6 งวด	14	14.4
12 งวด	32	33.0
18 งวด	12	12.4
24 งวด	33	34.1
อื่นๆ - ไม่ต้องการจ่ายเงินคาวน	6	6.2
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการจ่ายเงินคาวน 24 งวด คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาต้องการจ่ายเงินคาวน 12 งวด คิดเป็นร้อยละ 33.0 ต้องการจ่ายเงินคาวน 6 งวด คิดเป็นร้อยละ 14.4 และต้องการจ่ายเงินคาวน 18 งวด คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนกู้ที่คิดว่าเหมาะสม

ระยะเวลาในการผ่อนกู้ที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
10 ปี	4	4.1
15 ปี	12	12.4
20 ปี	31	32.0
30 ปี	50	51.5
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านส่วนมากต้องการผ่อนกู้ 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาต้องการผ่อนกู้ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 และต้องการผ่อนกู้ 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีสำนักงานโครงการที่ติดต่อได้สะดวก	44	51	2	0	0	4.43	มากที่สุด	1
	45.4	52.6	2.1	0.0	0.0			
2. สามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน	32	59	5	1	0	4.26	มากที่สุด	2
	33.0	60.8	5.2	1.0	0.0			
3. มีสถานที่ติดต่อและให้ข้อมูลตามศูนย์การค้า	20	43	26	7	1	3.76	มาก	4
	20.6	44.3	26.8	7.2	1.0			
4. สามารถติดต่อทางอีเมลล์ (E-mail) ได้	25	45	25	1	1	3.95	มาก	3
	25.8	46.4	25.8	1.0	1.0			
5. มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง หรือการทำสัญญาบน Website	17	44	31	3	2	3.73	มาก	5
	17.5	45.4	32.0	3.1	2.1			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.03	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 54 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง มีสำนักงานโครงการที่ติดต่อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และสามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง สามารถติดต่อทางอีเมลล์ (E-mail) ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 มีสถานที่ติดต่อและให้ข้อมูลตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และมีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง หรือการทำสัญญาบน Website มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	12	66	18	1	0	3.92	มาก	9
	12.4	68.0	18.6	1.0	0.0			
2. การโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์	12	54	27	3	1	3.75	มาก	11
	12.4	55.7	27.8	3.1	1.0			
3. การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว	7	52	33	4	1	3.62	มาก	13
	7.2	53.6	34.0	4.1	1.0			
4. การโฆษณาโดยใช้ป้ายขนาดใหญ่	8	55	31	2	1	3.69	มาก	12
	8.2	56.7	32.0	2.1	1.0			
5. มีบ้านตัวอย่างให้ชม	54	39	4	0	0	4.52	มากที่สุด	2
	55.7	40.2	4.1	0.0	0.0			
6. มีส่วนลดราคา	52	41	4	0	0	4.49	มากที่สุด	3
	51.5	41.2	6.2	0.0	1.0			
7. มีส่วนลดเงินคาวน	50	40	6	0	1	4.42	มากที่สุด	4
	51.5	40.2	7.2	0.0	1.0			
8. มีการแจกแถม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ จัดแต่งสวน เป็นต้น	42	39	14	2	0	4.25	มากที่สุด	6
	43.3	40.2	14.4	2.1	0.0			
9. ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ	22	60	13	1	1	4.04	มาก	8
	22.7	61.9	13.4	1.0	1.0			

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
10. งานเปิดตัวโครงการ	14	56	24	2	1	3.82	มาก	10
	14.4	57.7	24.7	2.1	1.0			
11. พนักงานขาย	31	48	16	1	1	4.10	มาก	7
	32.0	49.5	16.5	1.0	1.0			
12. บริการหลังการขาย	59	33	4	1	0	4.55	มากที่สุด	1
	60.8	34.0	4.1	1.0	0.0			
13. มี Website ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับโครงการ	43	42	10	1	1	4.29	มากที่สุด	5
	44.3	43.3	10.3	1.0	1.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.11	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 55 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 มีบ้านตัวอย่างให้ชม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 มีส่วนลดราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 มีส่วนลดเงินดาวน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 มี Website ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และมีการแจกแถม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ จัดแต่งสวน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 งานเปิดตัวโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 การโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การโฆษณาโดยใช้ป้ายขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และการโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.28	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา	4.18	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.03	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11	มาก

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 97 คน

จากตารางที่ 56 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านให้ความสำคัญในมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อบ้านให้ความสำคัญมากคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย	44	14	0	0	0	4.76	มากที่สุด	1
	75.9	24.1	0.0	0.0	0.0			
2. ชื่อเสียงของโครงการที่พักอาศัย	12	30	16	0	0	3.93	มาก	15
	20.7	51.7	27.6	0.0	0.0			
3. ชื่อเสียงของบริษัทผู้ประกอบการ	15	33	10	0	0	4.09	มาก	13
	25.9	56.9	17.2	0.0	0.0			
4. สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย	33	24	1	0	0	4.55	มากที่สุด	6
	56.9	41.4	1.7	0.0	0.0			
5. สาธารณูปการบริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น	26	26	6	0	0	4.34	มากที่สุด	8
	44.8	44.8	10.3	0.0	0.0			
6. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคารที่พักอาศัย	15	37	6	0	0	4.16	มาก	12
	25.9	63.8	10.3	0.0	0.0			
7. ความมั่นคงถาวรของตัวอาคารที่พักอาศัย	36	22	0	0	0	4.62	มากที่สุด	4
	62.1	37.9	0.0	0.0	0.0			
8. คุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้	37	20	1	0	0	4.62	มากที่สุด	4
	63.8	34.5	1.7	0.0	0.0			
9. สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงภายในที่พักอาศัย เช่น ที่จอดรถ ร้านอาหารของชำ ร้านอาหาร เป็นต้น	24	25	9	0	0	4.26	มากที่สุด	9
	41.4	43.1	15.5	0.0	0.0			
10. สาธารณูปโภคภายในโครงการที่พักอาศัย	31	24	3	0	0	4.48	มากที่สุด	7
	53.4	41.4	5.2	0.0	0.0			
11. จำนวนห้องพักทั้งหมดภายในอาคาร	10	28	18	1	1	3.78	มาก	16
	17.2	48.3	31.0	1.7	1.7			
12. ขนาดของห้องพัก	21	31	6	0	0	4.26	มากที่สุด	9
	36.2	53.4	10.3	0.0	0.0			

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
13. รูปแบบของห้องพัก เช่น ห้อง Studio ห้อง 1 ห้องนอน มีหน้าต่าง มีระเบียง เป็นต้น	20	28	10	0	0	4.17	มาก	11
	34.5	48.3	17.2	0.0	0.0			
14. การตกแต่งภายในห้องพัก	15	33	8	1	1	4.03	มาก	14
	25.9	56.9	13.8	1.7	1.7			
15. ระบบรักษาความปลอดภัยภายในที่พักอาศัย เช่น ประตูระบบคีย์การ์ด โทรทัศน์วงจรปิด เป็นต้น	40	16	2	0	0	4.66	มากที่สุด	3
	69.0	27.6	3.4	0.0	0.0			
16. ความสะดวกสบายในการคมนาคม	44	13	1	0	0	4.74	มากที่สุด	2
	75.9	22.4	1.7	0.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.34	มากที่สุด	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 58 คน

จากตารางที่ 57 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 ความสะดวกสบายในการคมนาคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ระบบรักษาความปลอดภัยภายในที่พักอาศัย เช่น ประตูระบบคีย์การ์ด โทรทัศน์วงจรปิด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความมั่นคงถาวรของตัวอาคารที่พักอาศัย และคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 สาธารณูปโภคภายในโครงการที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 สาธารณูปการบริเวณรอบๆ ที่พักอาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดสด โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงภายในที่พักอาศัย เช่น ที่จอดรถ ร้านขายของชำ ร้านอาหาร เป็นต้น และขนาดของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง รูปแบบของห้องพัก เช่น ห้อง Studio ห้อง 1 ห้องนอน มีหน้าต่าง มีระเบียง เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคารที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ชื่อเสียงของบริษัทผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 การตกแต่งภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ชื่อเสียงของโครงการที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และจำนวนห้องพักทั้งหมดภายในอาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามรูปแบบของห้องพักที่ต้องการซื้อ

รูปแบบของห้องพักที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ห้องแบบ Studio มีหน้าต่าง	0	0.0
ห้องแบบ Studio มีระเบียง	6	10.3
ห้องแบบ Studio มีหน้าต่างและระเบียง	2	3.4
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่าง	6	10.3
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีระเบียง	4	6.9
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่างและระเบียง	9	15.5
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีหน้าต่าง	3	5.2
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีระเบียง	2	3.4
ห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีหน้าต่างและระเบียง	24	41.4
อื่นๆ เช่น 2 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีหน้าต่างและระเบียง	2	3.4
รวม	58	100.0

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการซื้อห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น 1 ครีว มีหน้าต่างและระเบียง คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาต้องการซื้อห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่างและระเบียง คิดเป็นร้อยละ 15.5 ต้องการซื้อห้องแบบ Studio มีระเบียง และต้องการซื้อห้องแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น มีหน้าต่าง คิดเป็นร้อยละ 10.3

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในของที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ

ลักษณะการตกแต่งภายในของที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการตกแต่งจากผู้ขาย	10	17.2
บุผนังด้วยวอลเปเปอร์ (Wallpaper)	16	27.6
ปูพื้นด้วยแผ่นไม้ลามิเนต	19	32.8
ติดตั้งเครื่องปรับอากาศทุกห้อง	28	48.3
เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	22	37.9
ชุดห้องครัว Build-in	32	55.2
เฟอร์นิเจอร์ Build-in ทั้งห้อง	27	46.6

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 58 คน

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการให้มีชุดห้องครัว Build-in คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาต้องการให้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศทุกห้อง คิดเป็นร้อยละ 48.3 และต้องการให้มีเฟอร์นิเจอร์ Build-in ทั้งห้อง คิดเป็นร้อยละ 46.6

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามขนาดห้องที่ต้องการ

ขนาดห้องที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
25 ตารางเมตร	2	3.4
25-35 ตารางเมตร	20	34.5
35-45 ตารางเมตร	13	22.4
45-55 ตารางเมตร	14	24.1
มากกว่า 55 ตารางเมตร	9	15.5
รวม	58	100.0

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการห้องขนาด 25-35 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาต้องการห้องขนาด 45-55 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 24.1 และต้องการห้องขนาด 35-45 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 22.4

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงที่ต้องการภายในโครงการ

สิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงที่ต้องการภายในโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร	52	89.7
ร้านขายของชำ	41	70.7
ร้านซักรีด	40	69.0
ร้านเสริมสวย	20	34.5
ห้องออกกำลังกาย	39	67.2
สระว่ายน้ำ	39	67.2
ห้องซาวน่า	12	20.7
ห้องอบไอน้ำ	12	20.7
ที่จอดรถ	51	87.9
สวนพักผ่อน	43	74.1

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 58 คน

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการให้มีร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมาต้องการให้มีที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 87.9 ต้องการให้มีสวนพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 74.1 ต้องการให้มีร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 70.7 และต้องการให้มีร้านซักรีด คิดเป็นร้อยละ 69.0

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคาต่อตารางเมตรถูกกว่าเมื่อเทียบกับโครงการอื่น	30	24	4	0	0	4.45	มากที่สุด	2
	51.7	41.4	6.9	0.0	0.0			
2. สามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม	20	30	8	0	0	4.21	มากที่สุด	6
	34.5	51.7	13.8	0.0	0.0			
3. อัตราค่าบริการสาธารณูปโภคถูกกว่าโครงการอื่น	19	32	7	0	0	4.21	มากที่สุด	6
	32.8	55.2	12.1	0.0	0.0			
4. จำนวนเงินค่าน้อยกว่าโครงการอื่น	19	30	8	1	0	4.16	มาก	8
	32.8	51.7	13.8	1.7	0.0			
5. สามารถผ่อนชำระเงินค่าน้ำได้	27	24	7	0	0	4.34	มากที่สุด	3
	46.6	41.4	12.1	0.0	0.0			
6. เงื่อนไขการผ่อนชำระเงินค่าน้ำดีกว่าโครงการอื่น	25	28	5	0	0	4.34	มากที่สุด	3
	43.1	48.3	8.6	0.0	0.0			
7. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกกว่าโครงการอื่น	37	19	2	0	0	4.60	มากที่สุด	1
	63.8	32.8	3.4	0.0	0.0			
8. ระยะเวลาการผ่อนกู้ยาวนานกว่าโครงการอื่น	26	24	8	0	0	4.31	มากที่สุด	5
	44.8	41.4	13.8	0.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.33	มากที่สุด	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 58 คน

จากตารางที่ 62 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ราคาต่อตารางเมตรถูกกว่า เมื่อเทียบกับโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 สามารถผ่อนชำระเงินค่าน้ำได้ และเงื่อนไขการผ่อนชำระเงินค่าน้ำดีกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ระยะเวลาการผ่อนกู้ยาวนานกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 สามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม และอัตราค่าบริการสาธารณูปโภคถูกกว่าโครงการอื่น

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง จำนวนเงินค่าน้อยกว่าโครงการอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามราคาที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ

ราคาที่พักอาศัยที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 800,000 บาท	17	29.3
800,000–1,000,000 บาท	14	24.1
1,000,001–1,200,000 บาท	15	25.9
1,200,001–1,400,000 บาท	7	12.1
1,400,001–1,600,000 บาท	4	6.9
มากกว่า 1,600,000 บาท	1	1.7
รวม	58	100.0

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการซื้อคอนโดมิเนียมราคาต่ำกว่า 800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาต้องการซื้อคอนโดมิเนียมราคา 1,000,001–1,200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.9 และต้องการซื้อคอนโดมิเนียมราคา 800,000–1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.1

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามจำนวนเงินค่างวดที่คิดว่าเหมาะสม

จำนวนเงินค่างวดที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
5% ของราคาที่พักอาศัย	27	46.6
10% ของราคาที่พักอาศัย	16	27.6
15% ของราคาที่พักอาศัย	7	12.1
20% ของราคาที่พักอาศัย	7	12.1
อื่นๆ – ฟรีเงินค่างวด	1	1.7
รวม	58	100.0

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการจ่ายเงินค่างวด 5% ของราคาที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาต้องการจ่ายเงินค่างวด 10% ของราคาที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 27.6

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมจำแนกตามจำนวนงวดในการผ่อนชำระเงินค่างวดที่คิดว่าเหมาะสม

จำนวนงวดในการผ่อนชำระเงินค่างวดที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
6 งวด	5	8.6
12 งวด	21	36.2
18 งวด	8	13.8
24 งวด	23	39.7
อื่นๆ – ไม่ต้องการจ่ายเงินค่างวด	1	1.7
รวม	58	100.0

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการจ่ายเงินค่างวด 24 งวด คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาต้องการจ่ายเงินค่างวด 12 งวด คิดเป็นร้อยละ 36.2

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนกู้ที่คิดว่าเหมาะสม

ระยะเวลาในการผ่อนกู้ที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
10 ปี	6	10.3
15 ปี	14	24.1
20 ปี	19	32.8
30 ปี	18	31.0
อื่นๆ – 5 ปี	1	1.7
รวม	58	100.0

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนมากต้องการผ่อนกู้ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาต้องการผ่อนกู้ 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.0 และต้องการผ่อนกู้ 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.1

ตารางที่ 67 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมจำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีสำนักงานโครงการที่ติดต่อได้สะดวก	24	29	5	0	0	4.33	มากที่สุด	1
	41.4	50.0	8.6	0.0	0.0			
2. สามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน	19	29	8	2	0	4.12	มาก	3
	32.8	50.0	13.8	3.4	0.0			
3. มีสถานที่ติดต่อและให้ข้อมูลตามศูนย์การค้า	15	25	16	1	1	3.90	มาก	4
	25.9	43.1	27.6	1.7	1.7			
4. สามารถติดต่อทางอีเมลล์ (E-mail) ได้	16	34	8	0	0	4.14	มาก	2
	27.6	58.6	13.8	0.0	0.0			
5. มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง หรือการทำสัญญาบน Website	15	20	23	0	0	3.86	มาก	5
	25.9	34.5	39.7	0.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 58 คน

จากตารางที่ 67 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง มีสำนักงานโครงการที่ติดต่อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และมีความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องสามารถติดต่อทาง อีเมลล์ (E-mail) ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 สามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีสถานที่ติดต่อและให้ข้อมูลตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และมีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง หรือการทำสัญญาบน Website มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	7	32	19	0	0	3.79	มาก	9
	12.1	55.2	32.8	0.0	0.0			
2. การโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์	5	28	24	1	0	3.64	มาก	12
	8.6	48.3	41.4	1.7	0.0			
3. การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว	8	24	25	1	0	3.67	มาก	11
	13.8	41.4	43.1	1.7	0.0			
4. การโฆษณาโดยใช้ป้ายขนาดใหญ่	8	28	22	0	0	3.76	มาก	10
	13.8	48.3	37.9	0.0	0.0			
5. มีห้องตัวอย่างให้ชม	36	21	1	0	0	4.60	มากที่สุด	2
	62.1	36.2	1.7	0.0	0.0			
6. มีส่วนลดราคา	31	24	2	1	0	4.47	มากที่สุด	3
	53.4	41.4	3.4	1.7	0.0			
7. มีส่วนลดเงินดาวน์	32	22	3	1	0	4.47	มากที่สุด	3
	55.2	37.9	5.2	1.7	0.0			
8. มีการแจกแถม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น	29	21	6	1	1	4.31	มากที่สุด	5
	50.0	36.2	10.3	1.7	1.7			

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมจําแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
9. ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ	18	24	15	1	0	4.02	มาก	7
	31.0	41.4	25.9	1.7	0.0			
10. งานเปิดตัวโครงการ	7	28	19	3	1	3.64	มาก	12
	12.1	48.3	32.8	5.2	1.7			
11. พนักงานขาย	15	30	11	1	1	3.98	มาก	8
	25.9	51.7	19.0	1.7	1.7			
12. บริการหลังการขาย	43	13	2	0	0	4.71	มากที่สุด	1
	74.1	22.4	3.4	0.0	0.0			
13. มี Website ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับโครงการ	22	28	8	0	0	4.24	มากที่สุด	6
	37.9	48.3	13.8	0.0	0.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.10	มาก	

จากตารางที่ 68 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม เฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องบริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 มีห้องตัวอย่างให้ชม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 มีส่วนลดราคา และมีส่วนลดเงินดาวน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 มีการแจกแถม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มี Website ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 การโฆษณาโดยใช้ป้ายขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 การโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และงานเปิดตัวโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.34	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา	4.33	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.07	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.10	มาก

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 58 คน

จากตารางที่ 69 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมให้มีความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมให้มีความสำคัญในระดับมากคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ส่วนที่ 3 : ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักอาศัยไม่สะอาด	63	67.7
ห้องพักแคบ	44	47.3
สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม	60	64.5
สุขภัณฑ์เก่า ชำรุด	40	43.0
ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย	69	74.2
ที่จอดรถไม่พอ	43	46.2
ไม่สะดวกในการเดินทาง	58	62.4

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 93 คน (ต้องการเช่าบ้าน 33 คน, ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือ คอนโดมิเนียม 60 คน)

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ ที่พักอาศัยไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมาคือ ที่พักอาศัยไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 67.7 สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม คิดเป็นร้อยละ 64.5 และไม่สะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 62.4

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเช่ารายเดือนแพง	73	78.5
ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแพง	69	74.2
ค่าโทรศัพท์แพง	30	32.3
ต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าหลายเดือน	34	36.6
ค่าประกันและค่ามัดจำสูง	41	44.1
ต้องจ่ายค่าที่จอดรถ	36	38.7

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 93 คน (ต้องการเช่าบ้าน 33 คน, ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือ คอนโดมิเนียม 60 คน)

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้านราคา คือ ค่าเช่ารายเดือนแพง คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาคือ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแพง คิดเป็นร้อยละ 74.2 และค่าประกันและค่ามัดจำสูง คิดเป็นร้อยละ 44.1

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการติดต่อมีน้อยเกินไป	49	52.7
ติดต่อยาก	52	55.9
สถานที่ในการติดต่อไกลเกินไป	36	38.7
รูปแบบในการติดต่อมีน้อยเกินไป	33	35.5

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 93 คน (ต้องการเช่าบ้าน 33 คน, ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือ คอนโดมิเนียม 60 คน)

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย คือ คิดต่อยาก คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมาคือ ช่วงเวลาในการติดต่อมีน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 52.7 สถานที่ในการติดต่อไกลเกินไป คิดเป็นร้อยละ 38.7 และรูปแบบในการติดต่อมีน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณาเกินจริง	51	54.8
การให้ส่วนลดมีเงื่อนไขที่ไม่ได้บอกล่วงหน้า	32	34.4
ผู้ให้เช่าไม่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน	50	53.8
ข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง	63	67.7
ไม่สามารถเข้าชมที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจได้	37	39.8

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 93 คน (ต้องการเช่าบ้าน 33 คน, ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์หรือ คอนโดมิเนียม 60 คน)

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาคือ การโฆษณาเกินจริง คิดเป็นร้อยละ 54.8 และผู้ให้เช่าไม่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 53.8

กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบที่อยู่อาศัยไม่ตรงตามความต้องการ	55	35.5
ไม่แน่ใจว่างานจะเสร็จตามกำหนด	79	51.0
ทำเลไม่ตรงกับความต้องการ	74	47.7
เกรงว่าโครงการจะไม่ดำเนินการตามที่สัญญาไว้	70	45.2
ไม่แน่ใจมาตรฐานของวัสดุก่อสร้างที่ใช้	99	63.9
เกรงว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากข้อตกลง	68	43.9
การทำสัญญายุ่งยาก ใช้เวลานาน	31	20.0

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 155 คน (ต้องการซื้อบ้าน 97 คน, ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม 58 คน)

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ ไม่แน่ใจมาตรฐานของวัสดุก่อสร้างที่ใช้ คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่างานจะเสร็จตามกำหนด คิดเป็นร้อยละ 51.0 ทำเลไม่ตรงกับความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 47.7 เกรงว่าโครงการจะไม่ดำเนินการตามที่สัญญาไว้ คิดเป็นร้อยละ 45.2 และเกรงว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากข้อตกลง คิดเป็นร้อยละ 43.9

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย จำแนกตาม
ปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพงกว่าโครงการอื่น	79	51.0
จะต้องเสียค่าธรรมเนียมอื่นๆ อีก	82	52.9
อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าโครงการอื่น	101	65.2
ราคาขายบวกดอกเบี้ยไว้แล้ว	35	22.6
อัตราค่าบริการสาธารณูปโภคสูงกว่าโครงการอื่น	82	52.9

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 155 คน (ต้องการซื้อบ้าน 97 คน, ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม 58 คน)

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้าน
ราคา คือ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าโครงการอื่น คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ ต้องเสียค่าธรรมเนียม
อื่นๆ อีก และอัตราค่าบริการสาธารณูปโภคสูงกว่าโครงการอื่น ในจำนวนที่เท่ากัน คือคิดเป็น
ร้อยละ 52.9 และราคาแพงกว่าโครงการอื่น คิดเป็นร้อยละ 51.0

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย จำแนกตาม
ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการติดต่อมีน้อยเกินไป	84	54.2
ติดต่อยาก	74	47.7
สถานที่ในการติดต่อไกลเกินไป	73	47.1
รูปแบบในการติดต่อมีน้อยเกินไป	62	40.0

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 155 คน (ต้องการซื้อบ้าน 97 คน, ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม 58 คน)

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย คือ ช่วงเวลาในการติดต่อมีน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือ ติดต่อยาก คิดเป็นร้อยละ 47.7 สถานที่ในการติดต่อไกลเกินไป คิดเป็นร้อยละ 47.1 และรูปแบบในการติดต่อมีน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณาเกินจริง	107	69.0
การให้ส่วนลดมีเงื่อนไขที่ไม่ได้บอกล่วงหน้า	62	40.0
ของแถมมีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานทั่วไป	53	34.2
พนักงานขายไม่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน	83	53.5
ข้อมูลขณะทำการขายไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง	101	65.2
ไม่สามารถเข้าชมที่พักอาศัยตัวอย่างได้	69	44.5
บริการหลังการขายไม่ดี	76	49.0

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 155 คน (ต้องการซื้อบ้าน 97 คน, ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม 58 คน)

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยส่วนมากมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาเกินจริง คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือ ข้อมูลขณะทำการขายไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 65.2 และพนักงานขายไม่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 53.5

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงาน

ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านผลิตภัณฑ์

- ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและความสะอาดของที่พักอาศัย (จำนวนผู้ตอบ 25 คน)
- ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก (จำนวนผู้ตอบ 2 คน)
- มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และเพียงพอ (จำนวนผู้ตอบ 18 คน)
- สอบถามความต้องการของลูกค้าก่อนทำการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ปลั๊กไฟ (จำนวนผู้ตอบ 2 คน)
- การดำเนินการต่างๆ ถูกต้องตามกฎหมาย (จำนวนผู้ตอบ 1 คน)

ด้านราคา

- กำหนดราคาเช่า/ซื้อ อัตราค่าบริการต่างๆ ให้เหมาะสม ไม่โก่งราคา (จำนวนผู้ตอบ 5 คน)
- รูปแบบการจ่ายเงินค่างวด ควรให้ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จ 30-50% ก่อนแล้วค่อยเรียกเก็บเงินค่างวด (จำนวนผู้ตอบ 1 คน)
- จำนวนเงินผ่อนต่อเดือนไม่สูงมาก (จำนวนผู้ตอบ 2 คน)

ด้านการจัดจำหน่าย

- สำนักงานควรเปิดหลังเวลาทำการและในวันหยุดด้วย (จำนวนผู้ตอบ 2 คน)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- มีจรรยาบรรณในการดำเนินงาน (จำนวนผู้ตอบ 3 คน)
- มีการบริการที่ดี (จำนวนผู้ตอบ 11 คน)
- แจ้งความก้าวหน้าของโครงการให้ลูกค้าได้รับรู้เสมอ (จำนวนผู้ตอบ 1 คน)