



การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสี
ม่วง กรณีศึกษา : ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี

COMPARISON OF DECISION FACTORS FOR PURCHASING INTERMEDIATE
CONDOMINIUMS ALONG THE PURPLE LINE MRT CASE STUDY OF BANGKOK AND
NONTHABURI

มัชฌิมา วิสาเซ็น

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทาง
รถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

COMPARISON OF DECISION FACTORS FOR PURCHASING INTERMEDIATE
CONDOMINIUMS ALONG THE PURPLE LINE MRT CASE STUDY OF
BANGKOK AND NONTHABURI



MUTCHIMA REEHAZEN

A Thesis Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society Srinakharinwirot University

2018

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง

กรณีศึกษา : ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี

ของ

มัชฌิมา ริสาเซ็น

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.ล้ำสัน เลิศกุลประหยัด)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กัลยกิตติ์ กীরดีอังกูร)

ชื่อเรื่อง	การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่ง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี
ผู้วิจัย	มัชฌิมา ริสาเซ็น
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ลำสัน เลิศกุลประหยัด

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี และเพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการตัดสินใจต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครและฝั่งนนทบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ฝั่งกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และฝั่งนนทบุรี ได้แก่ ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ การวิจัยครั้งนี้ผลการวิจัยเชิงปริมาณสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ฝั่งกรุงเทพมหานครเลือกใช้วัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องที่มีคุณภาพ เน้นยี่ห้อชั้นนำ เหมาะสมกับราคาและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนฝั่งนนทบุรี แต่ละโครงการจะออกแบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้พักอาศัยให้มากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า การวิจัยครั้งต่อไปในการสร้างคอนโดมิเนียม ฝั่งกรุงเทพมหานครผู้ประกอบการ ควรมุ่งเน้นการเลือกทำเลที่ตั้งให้ติดกับสถานีรถไฟฟ้าและถนนใหญ่ มีการคมนาคมที่สะดวก เลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องที่มีคุณภาพ ส่วนฝั่งนนทบุรี ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการออกแบบโครงการและห้องพัก ให้มีความโดดเด่น ออกแบบพื้นที่ส่วนต่างๆ ให้เหมาะสมลงตัว รวมถึงสาธารณูปโภคต้องเป็นไปตามมาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐานของคอนโดมิเนียมโดยปกติทั่วไป

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อ, คอนโดมิเนียมระดับกลาง, รถไฟฟ้าสายสีม่วง

Title	COMPARISON OF DECISION FACTORS FOR PURCHASING INTERMEDIATE CONDOMINIUMS ALONG THE PURPLE LINE MRT CASE STUDY OF BANGKOK AND NONTHABURI
Author	MUTCHIMA REEHAZEN
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2018
Thesis Advisor	Lamson Lertkulprayad

The aims of this research were to compare the decision to buy a middle-class condominium on the Purple Line of the MRT in the Bangkok Area and Nonthaburi Area and to study the influence of the decision factors Regarding the decision to buy middle-class condominiums on the Purple Line of the MRT in the Bangkok area and Nonthaburi area. This research is a combination of both qualitative and quantitative research. The research found that was the most influential factors decisions to buy a condominium Bangkok area, including material / furniture aspects of this project and Nonthaburi area, including the utilities in terms of this project. Bangkok area, choose materials / furniture, decorate the room with quality Focus on leading brands Suitable for the price and environmentally friendly The Nonthaburi area each project will design utilities to facilitate the residents as much as possible. The researcher suggested that future research on building condominium in Bangkok, Condominium Operators focused on choosing a location next to the train station and the main road with convenient transportation and decorating the rooms with quality materials. The Nonthaburi Condominium operators should the focus was on project design and rooms. In order to be outstanding, design and various areas fit perfectly Including utilities and met the above standards of condominiums general.

Keyword : Decision Making Factors, Purple Line of MRT, Condominiums

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องมาจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากอาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัย และชี้แนะแนวทางในการทำวิจัยให้สมบูรณ์แบบ ตั้งแต่วันแรกในการเริ่มดำเนินการวิจัยกระทั่งได้เป็นปริญญาานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ผจงศักดิ์ หมวดสง และอาจารย์ ดร.กัลย กิตติ กীরตังกูร ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย รวมทั้งที่ได้กรุณามาเป็นคณะกรรมการสอบเค้าโครงและสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์ โดยได้ให้การพิจารณาและคำแนะนำ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย จนทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ทั้งหลายมาใช้เป็นแนวทางในการทำปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา ครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคน ที่ได้ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ขณะการศึกษาและตลอดการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่า ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้การเก็บข้อมูลครั้งนี้สามารถนำไปวิจัยได้อย่างเสร็จสมบูรณ์

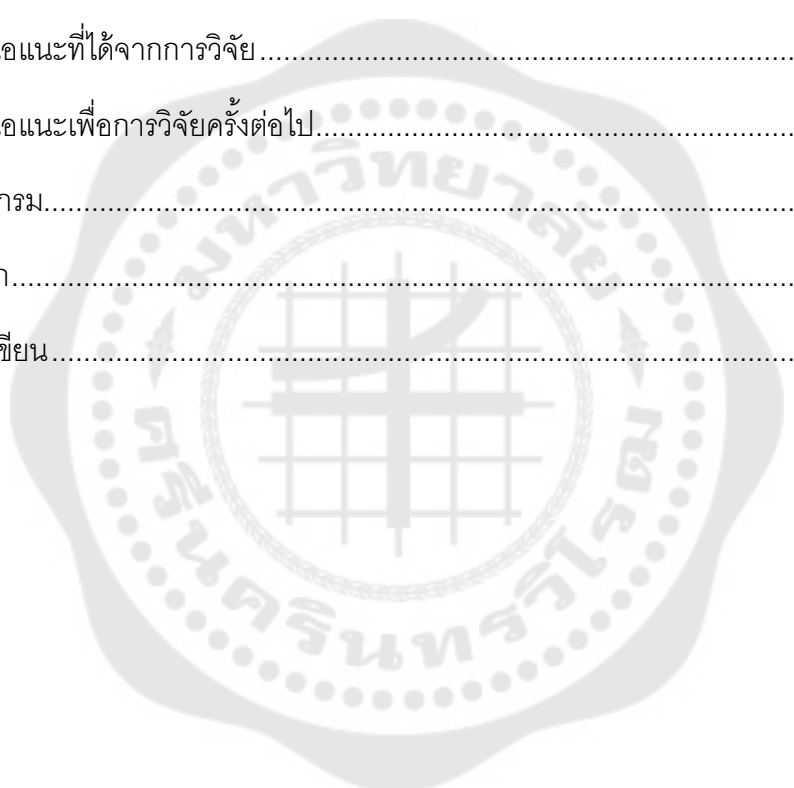
มัชฌิมา ธีธาเซ็น

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	๓
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	5
วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	6
ตัวแปรที่ศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานของการวิจัย.....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	11
2. แนวความคิดตัดสินใจซื้อ.....	15

3. ความหมาย และประเภทของคอนโดมิเนียม	19
4. ข้อมูลการให้บริการของรถไฟฟ้าสายสีม่วง	20
5. ข้อมูลคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง	22
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	34
1. วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	34
1.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
1.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	38
1.5 ความสอดคล้องระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ	38
2. วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	38
2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	38
2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
2.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	45
2.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	52
1. กรุงเทพมหานคร	52
2. ฉิ่งนนทบุรี	132
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	193

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	194
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	241
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	243
สังเขปกการวิจัย.....	243
สรุปผลการวิจัย	249
อภิปรายผลการวิจัย	254
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	257
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	259
บรรณานุกรม.....	260
ภาคผนวก.....	264
ประวัติผู้เขียน.....	274



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลของคนโตมึเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร.....	188
ตาราง 2 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	194
ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี.....	200
ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี.....	207
ตาราง 5 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนและความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี.....	213
ตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา โดยวิเคราะห์ Multiple Regression.....	216
ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)	217
ตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล โดยวิเคราะห์ Multiple Regression	219
ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคนโตมึเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)	220

ตาราง 26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 241



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 สัดส่วนโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่รอเปิดตัวใน กทม.และปริมณฑล ปี 2559	2
ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับ ฝั่งนนทบุรี.....	9
ภาพประกอบ 3 แผนที่เส้นทางรถไฟฟ้า	21
ภาพประกอบ 4 แผนที่สำรวจคอนโดมิเนียมระดับกลาง ที่มีที่ตั้งห่างจากสถานีรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี.....	35
ภาพประกอบ 5 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	54
ภาพประกอบ 6 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	55
ภาพประกอบ 7 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	55
ภาพประกอบ 8 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	56
ภาพประกอบ 9 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	56
ภาพประกอบ 10 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	57
ภาพประกอบ 11 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	57
ภาพประกอบ 12 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	58
ภาพประกอบ 13 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	58
ภาพประกอบ 14 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	59
ภาพประกอบ 15 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	60
ภาพประกอบ 16 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	60
ภาพประกอบ 17 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	61
ภาพประกอบ 18 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เซนจ์	61

ภาพประกอบ 42 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	79
ภาพประกอบ 43 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	80
ภาพประกอบ 44 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	80
ภาพประกอบ 45 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	81
ภาพประกอบ 46 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	82
ภาพประกอบ 47 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	83
ภาพประกอบ 48 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	83
ภาพประกอบ 49 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	84
ภาพประกอบ 50 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	84
ภาพประกอบ 51 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	85
ภาพประกอบ 52 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	85
ภาพประกอบ 53 แปลนการออกแบบอาคาร A ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	89
ภาพประกอบ 54 แปลนการออกแบบอาคาร B ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	89
ภาพประกอบ 55 แปลนการออกแบบอาคาร C ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	90
ภาพประกอบ 56 อาคารของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	90
ภาพประกอบ 57 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	92
ภาพประกอบ 58 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	92
ภาพประกอบ 59 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	93
ภาพประกอบ 60 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	93
ภาพประกอบ 61 สารานุกรมปกิของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น.....	94
ภาพประกอบ 62 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น.....	97
ภาพประกอบ 63 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น.....	97
ภาพประกอบ 64 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น.....	98

ภาพประกอบ 178	สถาปัตยกรรมปกิของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์	172
ภาพประกอบ 179	ทำเลที่ตั้งของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	175
ภาพประกอบ 180	ทำเลที่ตั้งของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	175
ภาพประกอบ 181	ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	176
ภาพประกอบ 182	ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	177
ภาพประกอบ 183	การคมนาคมของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	178
ภาพประกอบ 184	การคมนาคมของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	179
ภาพประกอบ 185	การคมนาคมของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	179
ภาพประกอบ 186	การคมนาคมของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	180
ภาพประกอบ 187	แปลนการออกแบบอาคารของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	182
ภาพประกอบ 188	รูปแบบอาคารของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	182
ภาพประกอบ 189	รูปแบบห้องของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	183
ภาพประกอบ 190	วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	185
ภาพประกอบ 191	วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	185
ภาพประกอบ 192	วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	186
ภาพประกอบ 193	วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	186
ภาพประกอบ 194	วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	186
ภาพประกอบ 195	สถาปัตยกรรมปกิของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์	187

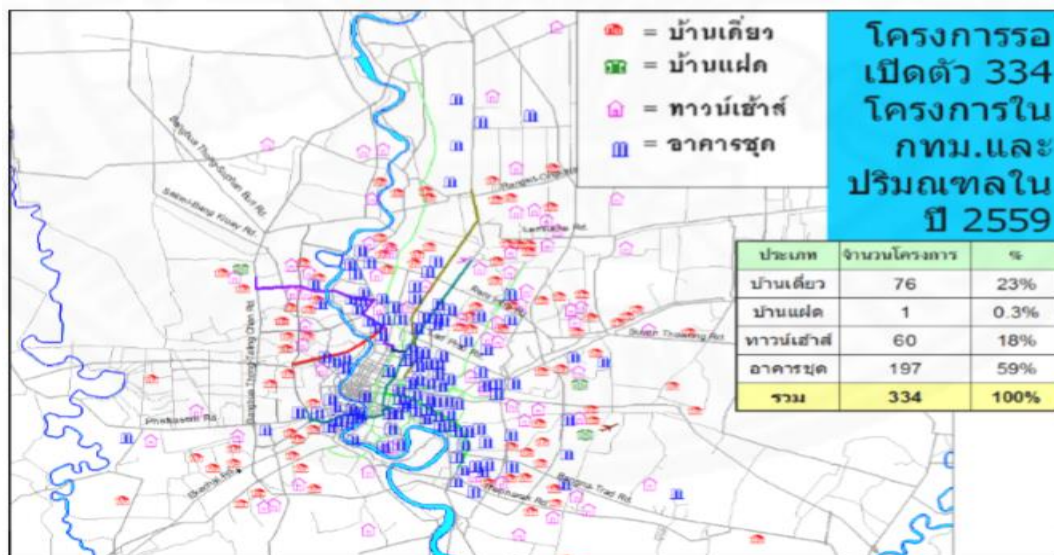
บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน และจะอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม มีการเดินทางเพื่อค้นหาแหล่งที่ตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของตน เมื่อมีที่ตั้งถิ่นฐานเป็นหลักแหล่งแล้วมนุษย์จะเริ่มจัดการกับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆ ตัว เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการดำรงชีพ ได้แก่ การสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ทำไร่ ทำนา เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น โดยมีกิจกรรมร่วมกัน และพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เมื่อกาลเวลาผ่านไปมนุษย์มีวิวัฒนาการในด้านต่างๆ คิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนอง ความต้องการและอำนวยความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตของตนเองมากขึ้น การสร้างที่อยู่อาศัยเป็นเรื่องหนึ่งที่มนุษย์ให้ความสำคัญ มีการพัฒนา และออกแบบ การก่อสร้าง เพื่อให้เหมาะสมกับตนเองและสภาพแวดล้อม ปัจจุบันนี้ขนาดของครอบครัวคนไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจากที่เป็นครอบครัวขยายประกอบด้วยคนหลายรุ่นอยู่อาศัยในบ้านหลังเดียวกัน แต่ตอนนี้ขนาดของครอบครัวคนไทยเริ่มเล็กลง มีการอยู่อาศัยเป็นครอบครัวเดี่ยวมากกว่าครอบครัวขยาย มีการใช้ชีวิตโดยไม่มีครอบครัวกันมากขึ้น รูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของคนยุคนี้ทำให้คอนโดมิเนียมครองใจผู้บริโภคมากกว่าที่อยู่อาศัยประเภทอื่น คอนโดมิเนียมจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของครอบครัวเดี่ยวในปัจจุบัน

ในปัจจุบันภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความรุนแรงในการแข่งขันค่อนข้างสูง จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย ภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา มีจำนวนโครงการที่เปิดใหม่รวม 385 โครงการ คิดจำนวนหน่วยขายรวมถึง 102,953 หน่วย มีมูลค่ารวม 416,549 ล้านบาท คิดเพิ่มเป็นร้อยละ 20 จากปี พ.ศ. 2557 และมีราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจาก 3.042 ล้านบาท เป็น 4.046 ล้านบาท คิดเพิ่มเป็นร้อยละ 33 จากปี พ.ศ. 2557 โดยกลุ่มที่อยู่อาศัยที่เปิดขายมากที่สุด คือ คอนโดมิเนียม จำนวน 61,975 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 60 จากสัดส่วนที่อยู่อาศัยที่เปิดขายทั้งหมดและจากการคาดการณ์ ในปี พ.ศ. 2559 กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีโครงการอสังหาริมทรัพย์รอเปิดตัวอีกจำนวน 334 โครงการ โดยมีสัดส่วนโครงการคอนโดมิเนียมเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 197 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 59 (บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียล เอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด, 2559) ดังปรากฏในภาพ



ภาพประกอบ 1 สัดส่วนโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่รอเปิดตัวใน กทม.และปริมณฑล ปี 2559

ที่มา: สยามธุรกิจ (2562). คอนโดสายสีม่วงล้นตลาดแน่น! 23 ก.ม.แสนยูนิต/นักลงทุน

สำหรับทำเลที่มีโครงการคอนโดมิเนียมเปิดขายใหม่เป็นจำนวนมากจะอยู่ตามพื้นที่แนวเส้นทางรถไฟฟ้า หรือบริเวณพื้นที่กำลังมีโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าสายใหม่หรือเส้นทางส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า ได้แก่ เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว สายสีม่วง สายสีน้ำเงิน และสายสีเขียวเข้ม โดยข้อมูลจากสยามธุรกิจออนไลน์ ระบุว่าจำนวนซัพพลายคอนโดมิเนียมในเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงช่วงบางใหญ่ - บางซื่อ ตั้งแต่มีการเริ่มโครงการก่อสร้าง ปี พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบัน มีจำนวนหน่วยขายคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้ามากถึง 40 โครงการ นับเป็นจำนวนขายถึง 100,000 หน่วย โดยเฉลี่ยมีการเปิดขายใหม่ ปีละไม่ต่ำกว่า 10,000 หน่วย โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2557 มีซัพพลายคอนโดมิเนียมแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วงเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 117 จากปี พ.ศ. 2556

โดยปี 2560 มีคอนโดมิเนียมออกสู่ตลาดกว่า 45,000 ยูนิต ขายตัวร้อยละ 15 จากปีก่อน แม้ราคาคอนโดมิเนียมจะปรับตัวสูงขึ้นแต่ผู้ซื้อต่างชาติยังมองว่าราคาคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครถูกกว่าหลายเมืองในเอเชีย ไม่ได้ด้อยกว่าสิงคโปร์ ฮองกง หรือเซี่ยงไฮ้ของจีน จึงเป็นเหตุผลที่ผู้ซื้อต่างชาติยังสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองใหญ่ของไทยอย่างต่อเนื่อง (ดีดี หรือเพอร์ตี, 2561) คอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยรูปแบบใหม่และมีการใช้งบประมาณที่ต่ำกว่าการซื้อบ้าน ทั้งยังสามารถเก็บเป็นสินทรัพย์ส่วนตัวได้อีก ซึ่งสอดคล้องกับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปที่เน้นการมีครอบครัวขนาดเล็ก มีพื้นที่เหมาะสม การดูแลรักษาไม่ยุ่งยากเท่ากับบ้าน มีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในบริเวณคอนโดมิเนียม และมีความสะดวกสบายในการเดินทาง หากกล่าวถึงการเดินทางที่สะดวกที่สุดในชั่วโมงเร่งด่วนของคนเมืองคงเป็นรถไฟฟ้า ส่งผลให้เป็นเป้าหมายหลักในการออกโครงการของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายและสายใหม่ๆ เช่น สายสีม่วงสายสีเขียวเหนือ-ใต้ สายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย สายสีชมพูและสายสีส้ม เกิดการขยายขยายออกสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นนอกและชานเมือง จังหวัดนนทบุรีเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีพื้นที่ติดกับกรุงเทพมหานครมากที่สุด มีการก่อสร้างรถไฟฟ้ามหานครสายสีม่วง (สายฉลองรัชธรรม) ช่วงบางใหญ่ – บางซื่อ เนื่องจากคนส่วนใหญ่ที่ทำงานในกรุงเทพมหานคร นิยมมองหาที่อยู่อาศัยในละแวกนี้ เพราะใกล้กับศูนย์ราชการ สถานศึกษา สถานพยาบาล และสถานที่ทำงานที่สำคัญอีกมากมาย อีกทั้งการเดินทางเข้าสู่ใจกลางเมืองที่ค่อนข้างสะดวกและรวดเร็ว

ในช่วงก่อนปีพ.ศ. 2552 การพัฒนาของอสังหาริมทรัพย์บนเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงนั้น จะเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ในแนวราบ ทั้งบ้านและทาวน์โฮมเสียส่วนมาก แต่เมื่อโครงการรถไฟฟ้า เริ่มก่อสร้าง (จนกระทั่งเปิดใช้งานแล้วในปัจจุบัน) แนวโน้มการพัฒนาโครงการในแนวตั้งอย่างคอนโดมิเนียมก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากการเติบโตของประชากรเขตปริมณฑลเพิ่มขึ้นต่อเนื่องย้อนหลัง 20 ปี เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 21% ส่งผลให้ที่อยู่อาศัยแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วงมีแนวโน้มคึกคัก เนื่องจากเป็นจุดเชื่อมต่อในรูปแบบวงแหวนขนาดใหญ่ ส่งผลให้ราคาที่ดินแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วงปรับตัวสูงขึ้นเฉลี่ย 41% ในช่วง 5 ปี มีคอนโดมิเนียมเปิดขายอยู่ 56 โครงการ จำนวน 69,761 ยูนิต มียอดขายถึง 91% โดยโครงการที่ได้รับความสนใจมักตั้งอยู่ไม่เกิน 500 เมตรจากสถานีรถไฟฟ้า (พลัส พร็อพเพอร์ตี้, 2561) จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฟังกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี งานวิจัยนี้มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งนนทบุรี โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายต่างๆ หรือเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกในอนาคตต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการซื้อในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายต่างๆ
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจคอนโดมิเนียมสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ ในการปรับปรุงและพัฒนาในธุรกิจ รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันในการทำตลาดในธุรกิจคอนโดมิเนียม
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างฐานการตลาดให้กับธุรกิจคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายต่างๆ ในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าถึงการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ผู้วิจัยศึกษา คือ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี โดยผู้วิจัยเริ่มดำเนินการสำรวจและเลือกคอนโดมิเนียมระดับกลาง ที่มีที่ตั้งห่างจากสถานีรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร ทั้ง 2 ฝั่งจากนั้นผู้วิจัยดำเนินการต่อโดยได้รับความอนุเคราะห์จากทางคอนโดมิเนียมในการศึกษาวิจัยได้มาจำนวน 8 โครงการ จากคอนโดมิเนียมทั้งหมดที่ได้สำรวจ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการริชชาร์ด 2 แอท โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น โครงการศุภาลัย เวอร์นด์้า รัชวิภา-ประชาชื่น และโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

กลุ่มที่ 2 คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน โครงการศุภาลัย เวอร์นด์้า รัตนาธิเบศร์ โครงการเฮ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ และโครงการเซล รัตนาธิเบศร์

หลังจากการสำรวจนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยใช้การบันทึกเรื่องราว (Anecdotal record) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ทั้งฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ผลการวิเคราะห์จากการบันทึกเรื่องราวจึงทำให้เกิดปัจจัย 6 ด้าน ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ
- 2) ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ
- 3) ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ
- 4) ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ
- 5) ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ
- 6) ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า (Quota Sampling) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มฝั่งกรุงเทพมหานคร 200 ตัวอย่าง และกลุ่มฝั่งนนทบุรี 200 ตัวอย่าง และขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสม โดยมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรีที่เต็มใจและสะดวกที่จะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดประชากรโดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560: 28) ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยสำรองเพื่อป้องกันแบบสอบถามไม่สมบูรณ์เพิ่มเป็นทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

- 1.1.1 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ
- 1.1.2 ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ
- 1.1.3 ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ
- 1.1.4 ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ
- 1.1.5 ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ
- 1.1.6 ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

- 2.1 การเล็งเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ
- 2.2 การแสวงหาข่าวสาร
- 2.3 การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ
- 2.4 การซื้อ
- 2.5 การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม** หมายถึง กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลในการเลือกแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพอใจเพื่อที่จะได้นำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเล็งเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ การซื้อ และการประเมินทางเลือกหลังการซื้อ

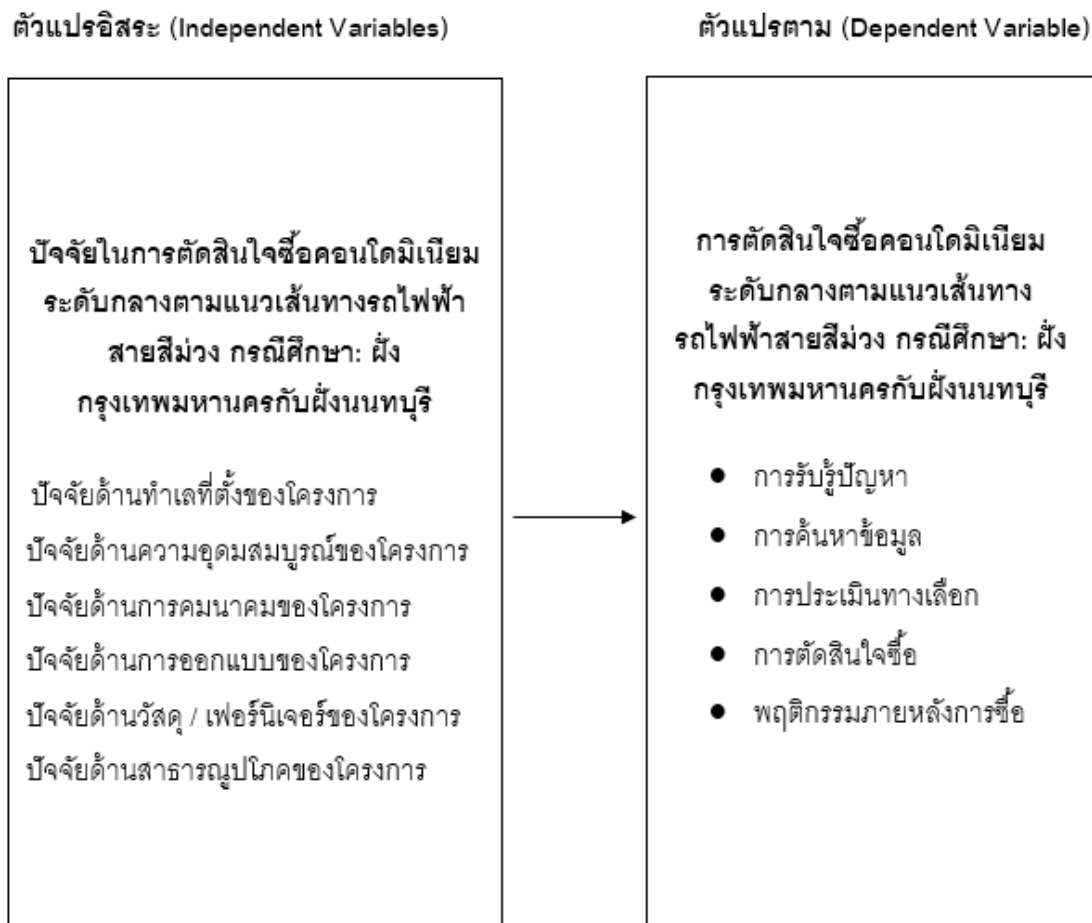
2. **คอนโดมิเนียม** หมายถึง ที่อยู่อาศัยที่สร้างในแนวตั้ง มีความสูงกว่าแฟลต เป็นอาคารที่มีห้องร่วมกันคือ มีบุคคลหลายๆคนสามารถถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินผืนเดียวกัน มีลักษณะคล้ายแฟลต เริ่มตั้งแต่ห้องเดี่ยวจนกระทั่งไปจนถึง 3-4 ห้องนอน ซึ่งแต่ละหน่วยจะมีห้องต่างๆ เช่น ห้องนอน ห้องน้ำห้องครัว ห้องรับแขก อย่างครบถ้วน ตลอดจนห้องทำงาน ห้องพักผ่อนส่วนตัวด้วย ในอาคาร ชุดจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือทรัพย์สินส่วนบุคคล ได้แก่ ห้องชุด และทรัพย์สินส่วนกลาง ได้แก่ ที่ดิน (ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษาออนไลน์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม7)

3. **คอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า** หมายถึง คอนโดมิเนียมที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ ที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าในระยะทางไม่เกิน 500 เมตร

4. **คอนโดมิเนียมระดับกลาง** หมายถึง ที่อยู่อาศัยรูปแบบหนึ่งที่ถูกสร้างเป็นอาคารสูงตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยมีราคาตั้งแต่ 1.59 ล้านบาท ถึง 2.49 ล้านบาท ซึ่งผู้พักอาศัยห้องชุดจะต้องแบ่งปันกรรมสิทธิ์หรือความเป็นเจ้าของร่วมกับเจ้าของห้องชุดอื่นๆ ในพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ทางเดิน บริเวณห้องโถง บันได ลิฟต์ โรงจอดรถ สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ซึ่งเจ้าของห้องทุกคนจะเป็นเจ้าของร่วมตามกฎหมาย ลักษณะของห้องในอาคารชุดจะเหมือนกับห้องอยู่อาศัย

5. **ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ** หมายถึง ตำแหน่งที่ตั้งของคอนโดมิเนียมที่อยู่บริเวณแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ระยะที่สามารถเดินทางได้สะดวก
6. **ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ** หมายถึง แหล่งจับจ่ายใช้สอยบริเวณโดยรอบของคอนโดมิเนียม เช่น ร้านสะดวกซื้อ, ร้านอาหาร, ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือคอมมูนิตี้ มอลล์ ทั้งที่อยู่ภายในและภายนอกโครงการ
7. **ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ** หมายถึง การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะทุกรูปแบบ
8. **ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ** หมายถึง รูปแบบของอาคารและห้องพักอาศัยที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอยแตกต่างกัน, การจัดวางตำแหน่งต่างๆ รวมถึงทิศทางของอาคารและห้องพักอาศัย
9. **ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ** หมายถึง มาตรฐานของวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ที่ทางคอนโดมิเนียมให้มานั้น เป็นลักษณะที่แตกต่างกันออกไป
10. **ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ** หมายถึง ระบบส่วนกลางของคอนโดมิเนียมที่มีรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งสวนหย่อม, สวนสาธารณะ, ห้องออกกำลังกาย, สระว่ายน้ำ, จุดชมวิวต่างๆ รวมถึงระบบการรักษาความปลอดภัยต่างๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรีแตกต่างกัน
2. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ผังกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครและผังนนทบุรี” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา รวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
2. แนวความคิดด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ
3. ความหมาย และประเภทของคอนโดมิเนียม
4. ข้อมูลการให้บริการของรถไฟฟ้าสายสีม่วง
5. ข้อมูลคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ (Kotler & Keller, 2009) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผสมผสานองค์ประกอบทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อให้องค์กรหรือบุคคลประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และทำให้ตลาดเป้าหมายได้รับความพึงพอใจ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนี้ประกอบด้วย ขอบเขตหลัก ๆ อยู่ 4 ด้านอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือเรียกโดยทั่วไปว่า 4P's

ส่วนประสมทางการตลาดอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าปัจจัยภายในทางการตลาด หรือปัจจัยทางการตลาด (Internal Marketing Factor หรือ Marketing Factor) ซึ่งเป็นเครื่องมือธุรกิจควบคุมได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญญ์ ลักษิตานนท์; และ ศุภกร เสรีรัตน์, 2550)

ค่านาย อภิปรัชญากุล (2558) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4P's) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารทางการตลาด การที่จะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงของส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้า หรือบริการ โดยพิจารณาจากการตอบสนองของความต้องการของลูกค้า และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่พบเห็น ซึ่งลูกค้าจะต้อง

จ่ายเงิน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน อาจมีตัวตนไม่มีตัวตนก็ได้ โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้ เป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) และนอกจากผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้ว ยังรวมถึงเรื่องตราสินค้า (Brand) ที่จะมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ดังนั้นนักการตลาดหรือพนักงานขายจะต้องนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าสนใจ เพื่อสร้างแรงดึงดูดและกระตุ้นต่อการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

2) ราคา (Price) คือ สิ่งที่ต้องจ่ายเพื่อแลกมาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ และความเหมาะสมของราคากับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น การกำหนดราคานั้นมาจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา

3) สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) จะพิจารณาจากความสะดวกและปริมาณของลูกค้า เป็นกระบวนการที่นำสินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ลูกค้าได้ บริโภคสินค้า หรือบริการตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งหมายรวมถึงทำเลที่ตั้งของธุรกิจ ต้องเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีความเกี่ยวข้องกับงานของนักการตลาด ในการออกแบบและพัฒนาระบบการจัดการทางการตลาดให้เหมาะสมกับตัวสินค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาด กับผู้มุ่งหวัง ทั้งในตลาดอุตสาหกรรมและตลาดผู้บริโภคเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ โดยใช้สื่อส่งเสริมการขาย (Promotional Media) เกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์ การพิมพ์และกระจาย สื่อผ่านออนไลน์เคเบิลทีวี การประชาสัมพันธ์นอกร้าน อินเทอร์เน็ต จุดขายหน้าร้าน การจัดการสินค้า การตลาดยุคดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ในเกม การสาธิตสินค้า การส่งเสริมการขายแบบปากต่อปาก การมีตัวแทนผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการโดยใช้เพื่อชักจูง (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remine) ในผลิตภัณฑ์รวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้บริโภค เพื่อหวังผลให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง

คอตเลอร์; และคนอื่นๆ. (Kotler & et al., 2012) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึง ชุดของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้เป็นยุทธวิธีที่ผสมผสานปัจจัยด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7P ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การรวมกันของสินค้าและบริการ (ความหลากหลาย คุณภาพการออกแบบ คุณสมบัติ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์และบริการ) ที่องค์กรจัดหาและนำเสนอไปยัง ตลาดเป้าหมาย

2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่กำหนดโดยองค์กร โดยที่ลูกค้าจะต้องจ่ายเงิน จึงสามารถเป็นเจ้าของสินค้าหรือการบริการ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel) หมายถึง สถานที่ขององค์กรซึ่งเป็นที่รู้จักของลูกค้าหรือเป็นสถานที่ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และเป็นการกำหนดเป้าหมายผู้บริโภค

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่สื่อสารเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการ รวมถึงการโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการ

5) พนักงาน (People) หมายถึง พนักงานซึ่งเป็นคนที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการบริการและลูกค้า พวกเขาจำเป็นต้องมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและทัศนคติที่ดีในการทำงานเป็นรายบุคคลหรือเป็นทีมที่จะส่งผลที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า

6) กระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ต้องการลำดับ การออกแบบที่ดีของกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการกำหนดเป้าหมายลูกค้า

7) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นที่รู้จักในด้านของภูมิทัศน์บริการ (Service Scape) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการออกแบบที่สามารถจับต้องได้ เช่น อาคาร ภูมิทัศน์ การตกแต่งภายใน อุปกรณ์ พนักงานและเครื่องแบบ เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และ ผลผลิตภาพ ของการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญญ์ ลักษิตานนท์; และ ศุภร เสรีรัตน์ (2541) ได้สรุป เกี่ยวกับแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจการบริการ (Marketing Mixes) ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes) หรือ 7P's ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้อง ไม่ได้

2) ด้านราคา (Price) คือ คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะ

ตัดสินใจซื้อ เพราะฉะนั้นการกำหนดราคาควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ มีความชัดเจนและง่ายต่อ การจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการ ที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels) ดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่บริการแก่กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดและค้ำึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาดอาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ได้แก่ ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือ ส่วนประสมในการ สื่อสาร (Communication Mix) ประกอบไปด้วย (1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช่บุคคล โดยผ่านสื่อ ต่าง ๆ และผู้อุปถัมภ์รายการ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ (2) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรง แบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจในการซื้อ (3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรม ทางการตลาดที่กระทำการอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า (4) การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นแผนงาน การนำเสนออย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะ ให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5) ด้านบุคคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมี ความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการ แก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

6) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติใน ด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

7) ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้ง ทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์ อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7p) ผู้วิจัยได้นำบางด้านมาเป็นแนวทาง ประกอบการสังเกตในวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จึงทำให้เกิดปัจจัย 6 ด้าน ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย (1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (2) ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (3) ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ (4) ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ (5) ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ 6. ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

2. แนวความคิดตัดสินใจซื้อ

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ; และคณะ (2541) ได้กล่าวว่าการกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน คือ

1) การเล็งเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกของการตัดสินใจ และเกิดเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกในความแตกต่างระหว่างสภาวะที่เป็นจริง ความสำคัญของการเล็งเห็นความสำคัญของปัญหา คือ เมื่อความต้องการเกิดการกระตุ้นให้ตื่นตัวขึ้นมาโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อความต้องการนั้นเกี่ยวข้องกับภาพพจน์ของผู้บริโภคเอง และผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้ออาจถูกจูงใจด้วยปัจจัยต่างๆ จากผู้ขายสินค้าหรือบริการ นอกจากนั้นยังมีอิทธิพลด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีกระทบต่อความต้องการของบุคคลด้วย

2) การแสวงหาข่าวสาร (Search for information) ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจ แสวงหาข่าวสารเป็นขั้นตอนของการกำหนดทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค การแสวงหาข่าวสารนั้นหาได้จากแหล่งภายนอก

และได้รับอิทธิพลของความแตกต่างของบุคคล และอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยส่วนใหญ่ครอบครัวมักจะมีอิทธิพลในการแสวงหาข่าวสารด้วยเช่นกัน

3) การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินในด้านของประโยชน์ที่ผู้บริโภคความหวังว่าจะได้รับและยังเป็นการทำให้ทางเลือกของผู้บริโภคแคบเข้ามา เช่น การประเมินในลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ และทำการเปรียบเทียบกับราคาแตกต่างของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างของบริการ เป็นต้น

4) การซื้อ (Purchase) เป็นการได้มาซึ่งทางเลือกที่ผู้บริโภคนิยม หรือสิ่งทดแทนที่ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้

5) การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคได้มีปัจจัยซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการตัดสินใจดังนี้

5.1) ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ของมนุษย์ ซึ่งทั้ง 3 ประการนี้ สามารถทดแทนกันได้ เพราะความจำเป็นใช้สำหรับพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่จำเป็นในการครองชีพ ส่วนความต้องการนี้ใช้สำหรับความต้องการนี้ใช้สำหรับความต้องการที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็นและความปรารถนาเป็นความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงสุด

5.2) แรงจูงใจ (Motive) คือปัญหาที่ถึงจุดวิกฤตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจแรงจูงใจจึงเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นสามารถกระตุ้นให้บุคคลค้นหาวิธีมาตอบสนองของความพึงพอใจโดยแรงจูงใจพื้นฐานจากความจำเป็น ดังนั้น นักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ จนกระทั่งผู้บริโภคเกิดความต้องการจนเข้าสู่จุดวิกฤตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจอย่างรุนแรง ทำให้ผู้บริโภคค้นหาวิธีการตอบสนองของความต้อการนั้นๆ

5.3) บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคล ซึ่งมีผลกระทบต่อข้อกำหนดรูปแบบในการตอบสนองที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลด้วย

5.4) ทักษะคติ (Attitude) เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งในสิ่งหนึ่ง ทักษะคติเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งที่เขาเข้ามากำหนดทักษะคติ 3 ประการ คือ ความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของนิสัย และแนวโน้มของนิสัยทั้ง 3 ประการนี้เป็นสิ่งที่นักการตลาด

พยายามที่จะเปลี่ยนแปลงโดยผู้บริโภคคนใดที่มีทัศนคติต่อสินค้าหรือบริการของบริษัท ทางบริษัทก็พยายามเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลนั้นให้หันมาชอบสินค้าหรือบริการของบริษัทในที่สุด

5.5) การรับรู้ (Perception) เป็นการที่บุคคลเลือกที่จะรับและตีความข้อมูลที่ได้รับเพื่อกำหนดภาพที่มีความหมายในการตลาด การรับรู้เปรียบเสมือนช่องทางในการที่นักการตลาดจะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับตราสินค้า หรือภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริการ จนผู้บริโภคเกิดการรับรู้ที่ดี โอกาสที่จะทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทก็จะง่ายขึ้น

5.6) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคล ที่เกิดจากประสบการณ์ของบุคคลเอง ดังนั้นการเรียนรู้จึงประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้ นักการตลาดจึงมีหน้าที่ในการใส่ประสบการณ์เรียนรู้กับตราสินค้าหรือการให้บริการที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภค

Orji. and Goodhope. (2013) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ว่าเป็นกระบวนการเพื่อทราบถึง พฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ แล้วการตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ ซึ่งการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยทั่วไปจะผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การที่บุคคลได้รับรู้ถึงความต้องการของตนเองที่อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในตัวบุคคล เช่น ความหิวกระหาย บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะจัดการเพื่อสนองตอบกับสิ่งเร้าเหล่านั้นหรือเป็นการรับรู้ ปัญหา (Problem Recognition) การรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่าง สถานะที่ปรารถนา และสถานะที่เป็นจริง ทาให้เกิดความต้องการในสินค้าและในบางครั้งบุคคลมี ปัญหาหรือความต้องการแต่ยังไม่ได้รับรู้ถึง ดังนั้นนักการตลาดอาจจะใช้พนักงานขายการโฆษณาและ บรรจูกิจกรรมเพื่อช่วยกระตุ้นการรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา

2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ ผู้บริโภคจะ ดำเนินการกับสิ่งที่อยู่ใกล้ที่สุดเพื่อให้เกิดความพอใจทันที เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา คือ เกิดความ ต้องการผลิตภัณฑ์ในขั้นที่หนึ่งแล้วในขั้นตอนนี้จะเป็นการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1) แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เป็นต้น
- 2.2) แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า ฯลฯ
- 2.3) แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค

2.4) แหล่งทดลอง ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือ งานวิจัย ต่างๆ หรือ การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การแสวงหาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งการ ค้นหาสามารถแบ่งออกได้เป็น 2แบบ คือ 1) การแสวงหาข้อมูลภายใน (Internal Search) การ แสวงหาข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นการเก็บข้อมูลจากสิ่งแวดล้อม

3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้บริโภค จะเกิด ความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ หรือการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ในการประเมินผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มทางเลือกพิจารณาผู้บริโภคจะตั้งเกณฑ์ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์โดยเกณฑ์เหล่านี้จะประกอบด้วยลักษณะที่ผู้บริโภคต้องการ (หรือไม่ ต้องการ) ผู้บริโภคจะทำการให้ระดับความสำคัญต่อเกณฑ์แต่ละข้อ โดยที่ลักษณะบางอย่างอาจมีความสำคัญมากกว่าลักษณะอื่นๆ ซึ่งผู้บริโภคอาจใช้เกณฑ์ดังกล่าวในการจัดลำดับ ตราयीห้อยต่าง ใน กลุ่มทางเลือกที่พิจารณา อย่างไรก็ตามในบางครั้งการใช้เกณฑ์ดังกล่าว ก็อาจทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถตัดสินใจเลือกตราयीห้อยที่จะซื้อได้ซึ่งถ้าเกิดเหตุการณ์นี้ขึ้น ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือก จะช่วยให้ ผู้บริโภค กำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือก โดยจะเลือกสิ่งที่ชอบมากที่สุด และปัจจัย ต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ 3 ประการ คือ

4.1) ทศนคติของบุคคลอื่น ทศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องจะมีผลทั้งทางด้านบวก และ ลบต่อการตัดสินใจซื้อ

4.2) ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น คาดคะเนถึงคุณภาพ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

4.3) ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ ขณะที่ผู้บริโภคกำลังจะตัดสินใจ อาจมี สถานการณ์ที่ไม่ได้ คาดคะเนเกิดขึ้นซึ่งกระทบต่อผลการตัดสินใจหรือการซื้อ (Purchase) ใน ขั้นตอน ผู้บริโภคจะเลือกผลิตภัณฑ์หรือตราयीห้อยที่จะซื้อการเลือกจะขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาที่ได้ ในขั้นตอน การประเมินและปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วยการที่ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอาจมีอิทธิพลต่อ ตราयीห้อยที่ซื้อ เช่น ยี่ห้อที่ได้รับการจัดอันดับสูงสุดในช่วงการประเมินไม่มีจำหน่ายผู้บริโภคก็อาจเลือกตราयीห้อยที่อยู่ในอันดับถัดมา

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ(Post Purchase Behavior) เป็นกระบวนการหลังการ ซื้อ และ ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะตระหนักได้ถึงความพอใจหรือไม่พอใจในตัว ผลิตภัณฑ์

นั้นๆ ภายหลัง มีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ แล้วความรู้สึกนี้เกิดขึ้นกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของ ผู้บริโภค ถ้าพอใจก็จะซื้อซ้ำ แต่ถ้าไม่พอใจก็จะไม่ซื้ออีก นักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับ ความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ หรือเป็นการประเมินหลังการซื้อ (Post-Purchase Evaluation) หลังการซื้อผู้บริโภคจะเริ่มทำการประเมินผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ได้ ตามระดับที่คาดหวังหรือไม่ เกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในขั้นประเมิน ทางเลือกถูกนำมาใช้อีกครั้งในขั้นนี้ผลที่ได้ในขั้นนี้อาจเป็นได้ทั้งความพอใจ (Satisfaction) และความไม่พอใจ (Dissatisfaction)

คอตเลอร์ (Kotler, 2000) กล่าวว่า วิธีการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งจะสะท้อนถึงความ ต้องการ ความตระหนักในการมีสินค้าที่ให้เลือกหลากหลายกิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลของฝ่ายผู้ผลิตที่ให้มา และสุดท้ายคือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการการตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อของลูกค้ายุคใหม่เป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ได้แก่ การมองเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความ ต้องการ การแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ การซื้อ และการประเมินทางเลือกหลังการซื้อ

3. ความหมาย และประเภทของคอนโดมิเนียม

3.1 ความหมายของคอนโดมิเนียม

คำว่า “คอนโดมิเนียม” เริ่มติดปากคนไทยในรอบ ทศวรรษที่ผ่านมา จากความคิดที่ไม่ค่อยมีคนยอมรับในช่วงแรก กลายเป็นจินตภาพใหม่ สำหรับที่อยู่อาศัยซึ่งเข้ามาแทนบ้านเรือน ทั้งนี้เพราะแนวคิดของผู้คนเริ่มแปรเปลี่ยนตามสภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลาที่ผ่านไป และจากความนิยมของผู้ที่มีฐานะดีในตอนแรกไปสู่ความนิยมของผู้ที่มีรายได้ต่ำ ทำให้เกิดโครงการคอนโดมิเนียม มากขึ้นตามลำดับ ถึงแม้ว่าคอนโดมิเนียมจะเกิดขึ้นมากมายก็ตาม แต่คอนโดมิเนียมก็ถือว่าเป็นของใหม่สำหรับวิถีชีวิตแบบไทยๆ การเลือกซื้อคอนโดมิเนียมนั้นจะแตกต่างกันไปตามจุดมุ่งหมาย ของแต่ละคน บ้างก็ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน บ้างก็ต้องการที่อยู่อาศัยในระดับราคาที่เขาสามารถจะซื้อได้ และที่มากไปกว่านั้นทุกคนต้องการที่อยู่อาศัย ซึ่งไม่ต่างไปจากบ้าน ที่เคยอยู่กัน

“คอนโดมิเนียม” เป็นศัพท์ภาษาอังกฤษ ตามพจนานุกรมภาษาไทยใช้คำว่า “อาคารชุด” หมายถึง “อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วย กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วม ในทรัพย์สินส่วนกลาง” ซึ่งแปลไทยเป็นไทยได้อีกที่หนึ่งว่า ผู้มีกรรมสิทธิ์ในอาคารชุด คือห้องชุดที่ตนเองเป็นเจ้าของอยู่แล้วนั้นยังมีทรัพย์สินที่มีกรรมสิทธิ์ร่วมกันอยู่อีกส่วนหนึ่ง คือทรัพย์สินส่วนกลาง เช่น ทางเดิน ลิฟท์ ที่จอดรถ หรือสระว่ายน้ำ ที่อยู่ในอาคารชุดนั้นๆ กรรมสิทธิ์เหล่านี้มีหลักฐานการถือครองคือ “นิติกรรมอาคารชุด” ซึ่งเปรียบเสมือนโฉนดที่ดิน และสามารถใช้ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับโฉนดที่ดินทุกประการ (บริษัท ซอฟท์บิส พลัส จำกัด, 2561)

3.2 ประเภทของคอนโดมิเนียม

3.2.1 ตลาดซูเปอร์ ลักซ์วรี คือ คอนโดมิเนียมมีราคาเฉลี่ยมากกว่า 250,000 บาท/ตารางเมตร

3.2.2 ตลาดลักซ์วรี คือ คอนโดมิเนียมมีราคาเฉลี่ยระหว่าง 180,000 – 250,000 บาท/ตารางเมตร

3.2.3 ตลาดไฮเอนด์ คือ คอนโดมิเนียมที่มีราคาเฉลี่ยระหว่าง 100,000 – 170,000 บาท/ตารางเมตร

3.2.4 ตลาดคอนโดระดับกลาง คือ คอนโดมิเนียมที่มีราคาเฉลี่ยระหว่าง 70,000 – 100,000 บาท/ตารางเมตร

3.2.5 ตลาดซีทีคอนโด คือ คอนโดมิเนียมที่มีราคาเฉลี่ยต่ำกว่า 70,000 บาท/ตารางเมตร (บริษัท เน็กซ์ พรอพเพอร์ตี้ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด, 2560)

4. ข้อมูลการให้บริการของรถไฟฟ้าสายสีม่วง

4.1 การบริการ

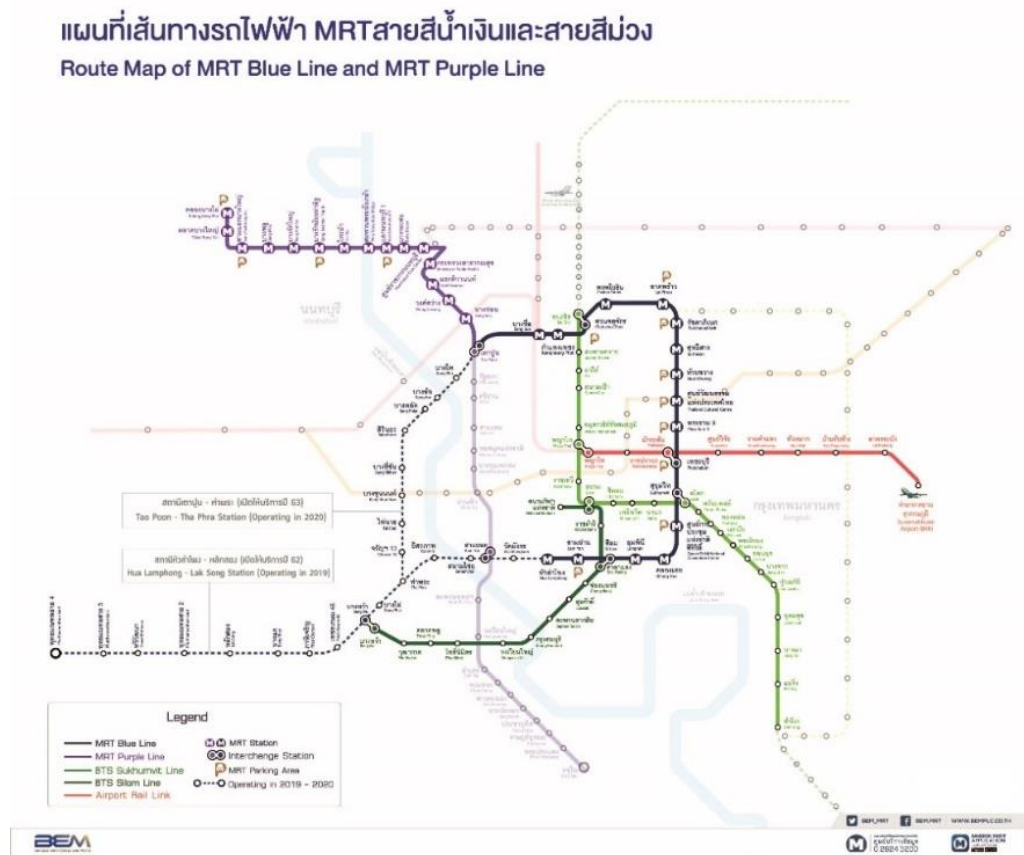
รถไฟฟ้ามหานคร สายฉลองรัชธรรม (รถไฟฟ้า MRT) มีเส้นทางเดินรถรวมระยะทาง 23 กิโลเมตร มีสถานีทั้งหมด 16 สถานี เริ่มจากบริเวณคลองบางไผ่ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์ซ่อมบำรุงรถไฟฟ้า ถนนวงแหวนรอบนอก (ตะวันตก) กาญจนภิเษก เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนรัตนวิเบศร์ ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาใกล้สะพานพระนั่งเกล้า ก่อนถึงสี่แยกแครายจะเลี้ยวขวาไปตามถนนติวานนท์เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนกรุงเทพ - นนทบุรี ถึงบริเวณแยกเตาปูน มีสถานีเตาปูนเป็นสถานีเชื่อมต่อกับสถานีบางซื่อของรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล โดยสามารถเปลี่ยนเส้นทางจากสายสีม่วงไปสายสีน้ำเงินได้ที่สถานีเตาปูน และในอนาคตจะเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ - ท่าพระ และรถไฟฟ้าสายสีม่วง ช่วงเตาปูน – ราษฎร์บูรณะ

4.2 เวลาให้บริการ

วันจันทร์ - วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 05.30 - 24.00 น.

วันเสาร์ - วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 06.00 - 24.00 น.

4.3 แผนที่เส้นทางรถไฟฟ้า



ภาพประกอบ 3 แผนที่เส้นทางรถไฟฟ้า

ที่มา: (บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด(มหาชน), 2561). แผนที่เส้นทางรถไฟฟ้า. (ออนไลน์).

5. ข้อมูลคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง

5.1 โครงการริชพาร์ค 2 แอท เต้าปูนอินเตอร์เชนจ์ (Rich Park 2 @ Taopoon Interchange)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท ริชเฟลช 2002 จำกัด (มหาชน)

สถานี : เต้าปูน

ระยะห่างจากสถานี : 60 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)

จำนวนอาคาร : 1 อาคาร

จำนวนชั้น : 26 ชั้น

จำนวนห้อง : 720 ยูนิต และร้านค้า 14 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 734 ยูนิต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

ชั้น 5 Type A 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type A2 1 Bedroom / 28 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

Type A4 1 Bedroom / 31 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type B 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type C 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type E 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 19 ยูนิต

ชั้น 6 – 25 Type A 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 10 ยูนิต

Type A1 1 Bedroom / 29 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

Type A2 1 Bedroom / 28 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

Type A3 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type A2 1 Bedroom / 28 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

Type A4 1 Bedroom / 31 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type B 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type B1 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type C 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type D 1 Bedroom / 21 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type D1 1 Bedroom / 21 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type E 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 34 ยูนิต

ชั้น 26 Type A 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

Type A1 1 Bedroom / 29 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type B 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type C 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 13 ยูนิต

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 2.39 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 50%

5.2 โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น (Metro Sky Phachachuen)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด

สถานี : บางซื่อ

ระยะห่างจากสถานี : 200 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)

จำนวนอาคาร : 3 อาคาร

จำนวนชั้น : อาคาร A 25 ชั้น, อาคาร B 21 ชั้น, อาคาร C 23 ชั้น

จำนวนห้อง : อาคาร A 491 ยูนิต, อาคาร B 375 ยูนิต, อาคาร C 480 ยูนิต รวม

ทั้งสิ้น 1,319 ยูนิต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

อาคาร A ชั้น 1 ไร่การค้า / 39.70 – 47.87 / 8 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 8 ยูนิต

อาคาร A ชั้น 2 - 11 1 Bedroom / 26.55 – 36.40 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 20 ยูนิต

อาคาร A ชั้น 12 - 16 1 Bedroom / 34.19 – 35.80 ตารางเมตร / 15 ยูนิต

1 Bedroom (Moff) / 35.90 – 47.65 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 20 ยูนิต

อาคาร A ชั้น 17 - 24 1 Bedroom / 34.19 – 35.60 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

1 Bedroom (Moff) / 35.90 – 47.65 ตารางเมตร / 18 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 20 ยูนิต

อาคาร B ชั้น 7 - 21 1 Bedroom / 26.55 – 35.67 ตารางเมตร / 23 ยูนิต

2 Bedroom / 45.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 25 ยูนิต

อาคาร C ชั้น 1 ร้านค้า / 24.71 / 1 ยูนิต

1 Bedroom / 24.71 – 33.27 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 21 ยูนิต

อาคาร C ชั้น 2 1 Bedroom / 24.47 – 33.27 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.40 – 45.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 22 ยูนิต

อาคาร C ชั้น 3 - 8 1 Bedroom / 24.71 – 33.27 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.40 – 45.10 ตารางเมตร / 3 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 23 ยูนิต

อาคาร C ชั้น 9 – 12 1 Bedroom / 24.87 – 33.35 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.56 – 45.17 ตารางเมตร / 3 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 23 ยูนิต

อาคาร C ชั้น 14 - 15 1 Bedroom / 24.87 – 33.35 ตารางเมตร / 21 ยูนิต

2 Bedroom / 43.56 – 45.17 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 22 ยูนิต

อาคาร C ชั้น 16 - 22 1 Bedroom / 24.87 – 33.35 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.56 – 45.17 ตารางเมตร / 3 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 23 ยูนิต

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 2.45 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 36%

5.3 โครงการศุภาลัย เหวอร้านค้า รัชวิภา - ประชาชื่น (Supalai Veranda

Ratchavipha - Prachachuen)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

สถานี : บางซื่อ

ระยะห่างจากสถานี : 250 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)

จำนวนอาคาร : 1 อาคาร

จำนวนชั้น : 29 ชั้น

จำนวนห้อง : 1,705 ภูเก็ต และร้านค้า 26 ภูเก็ต รวมทั้งสิ้น 1,731 ภูเก็ต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

ห้องสตูดิโอ / 31.50 – 33.00 ตารางเมตร

1 Bedroom / 42.50 – 45.00 ตารางเมตร

2 Bedroom / 65.50 – 70.50 ตารางเมตร

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 1.89 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 50%

5.4 โครงการศุภาลัย วิสตา แยกติวานนท์ (Supalai Vista Tiwanon)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

สถานี : แยกติวานนท์

ระยะห่างจากสถานี : 200 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)

จำนวนอาคาร : 1 อาคาร

จำนวนชั้น : 34 ชั้น

จำนวนห้อง : 646 ภูเก็ต และร้านค้า 6 ภูเก็ต รวมทั้งสิ้น 652 ภูเก็ต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

ชั้น 8 Studio / 33.50 - 34 ตารางเมตร / 10 ภูเก็ต

1 Bedroom / 47.00 – 48.50 ตารางเมตร / 6 ภูเก็ต

2 Bedroom / 68.00 – 81.50 ตารางเมตร / 3 ภูเก็ต

จำนวนห้องต่อชั้น 19 ภูเก็ต

ชั้น 9 – 33 Studio / 33.50 - 34 ตารางเมตร / 12 ภูเก็ต

1 Bedroom / 47.00 – 48.50 ตารางเมตร / 8 ภูเก็ต

2 Bedroom / 68.00 – 81.50 ตารางเมตร / 4 ภูเก็ต

จำนวนห้องต่อชั้น 24 ภูเก็ต

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 1.85 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 60%

5.5 โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย - งามวงศ์วาน (Supalai Park Khaerai -

Ngamwongwan)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

สถานี : ศูนย์ราชการนนทบุรี

ระยะห่างจากสถานี : 130 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)

จำนวนอาคาร : 1 อาคาร

จำนวนชั้น : 34 ชั้น

จำนวนห้อง : 697 ยูนิต และร้านค้า 12 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 709 ยูนิต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

ชั้น 6 Studio Room / 31.00 – 32.00 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

1 Bedroom / 45.50 – 52.00 ตารางเมตร / 10 ยูนิต

2 Bedroom / 57.00 – 72.00 ตารางเมตร / 7 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 22 ยูนิต

ชั้น 7 - 33 Studio Room / 31.00 – 32.00 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

1 Bedroom / 45.50 – 52.00 ตารางเมตร / 13 ยูนิต

2 Bedroom / 57.00 – 72.00 ตารางเมตร / 7 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 25 ยูนิต

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 1.98 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 60%

5.6 โครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์ (Supalai Veranda Rattanathibet)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

สถานี : บางกระสอ

ระยะห่างจากสถานี : 380 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)

จำนวนอาคาร : 1 อาคาร

จำนวนชั้น : 33 ชั้น

จำนวนห้อง : 1,054 ยูนิต และร้านค้า 12 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 1,066 ยูนิต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

Studio Room / 30.00 – 31.50 ตารางเมตร / n/a

1 Bedroom / 45.00 – 47.50 ตารางเมตร / n/a

2 Bedroom / 62.00 – 74.00 ตารางเมตร / n/a

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 1.63 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 60% รวมจอดซ้อนคัน

5.7 โครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ (A Space Me Rattanathibet)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

สถานี : แยกถนนพู่รี 1

ระยะห่างจากสถานี : 300 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)

จำนวนอาคาร : 1 อาคาร

จำนวนชั้น : 22 ชั้น

จำนวนห้อง : 400 ยูนิต และร้านค้า 5 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 405 ยูนิต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

ชั้น 5 1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 24 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 26 ยูนิต

ชั้น 6 - 17 1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 24 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 26 ยูนิต

ชั้น 18 1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 17 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 19 ยูนิต

ชั้น 19 1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 9 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

ชั้น 20 - 22 1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 9 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 1.69 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 40% รวมจอดซ้อนคัน

5.8 โครงการเซล รัตนาธิเบศร์ (Zelle Rattanathibet)

ชื่อบริษัทก่อตั้ง : บริษัท ปริณสุธิ จำกัด (มหาชน)

สถานี : สะพานพระนั่งเกล้า

ระยะห่างจากสถานี : 450 เมตร

ประเภทคอนโดมิเนียม : คอนโดมิเนียมสูงน้อยกว่า 8 ชั้น (Low Rise)

จำนวนอาคาร : 8 อาคาร

จำนวนชั้น : 8 ชั้น

จำนวนห้อง : 570 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 570 ยูนิต

ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น :

ชั้น 2 - 6 1 Bedroom / 30.00 – 32.00 ตารางเมตร / 9 ยูนิต

2 Bedroom / 51.00 – 53.00 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

ชั้น 7 - 8 1 Bedroom / 30.00 – 32.00 ตารางเมตร / 7 ยูนิต

2 Bedroom / 51.00 – 53.00 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

Duplex Room / 49.00 – 52.00 / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน : 1.75 ล้านบาท

จำนวนที่จอดรถ (%) : 48% รวมจอดรถซ้อนคัน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติคม พจณี (2561) ได้กล่าวในบทความเรื่อง 10 ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน คอนโดมิเนียมของคนยุคปัจจุบัน ไว้ว่า ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค (Consumer Sentiment Survey) ในช่วงครึ่งหลังของปี 2560 สำหรับการเลือกที่อยู่อาศัยของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบันว่าให้ความสำคัญกับอะไรมากที่สุด โดยได้สรุปเป็น 10 อันดับ จาก 17 อันดับ โดยเรียงจากปัจจัยที่คนเลือกมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด (1) ทำเล โดยส่วนใหญ่มีการเลือกที่อยู่อาศัยให้เหมาะกับวิถีชีวิตมากกว่าทำเลที่มีความเจริญสูงอย่างในเมือง คนส่วนใหญ่จึงเลือกที่อยู่อาศัยจากทำเลโดยอ้างอิงราคาเป็นหลักด้วย ปัจจุบันเห็นโครงการใหม่ๆ ถูกปิดหมดบนพื้นที่ใกล้ทางด่วนหรือไม่ไกลจากรถไฟฟ้า เช่น โครงการตามรถไฟฟ้าสายสีม่วง (2) ศักยภาพทำเลในอนาคต ปัจจุบันคนส่วนใหญ่เริ่มมองหาทำเลที่คุ้มค่าต่อการอยู่อาศัย และเลือกทำเลที่ในอนาคตมีโอกาสจะถูกพัฒนาสูง (3) ความปลอดภัยบนพื้นที่ ปัจจุบันพื้นที่ในการพัฒนาถูกขยายเพิ่มไปยังชานเมืองมากขึ้น เนื่องจากพื้นที่ดินมีราคาถูกลงกว่าในเมือง และยังมีโอกาสเชื่อมต่อไปสู่ตัวเมืองได้

ง่าย ราคาของที่อยู่อาศัยในเมืองจึงถูกกว่า ทำให้ผู้ซื้อต้องให้ความสำคัญกับราคาด้วย หากราคา ถูก อาจเสี่ยงต่อความปลอดภัยในพื้นที่ที่อยู่อาศัย (4) ราคา เป็นเรื่องของความคุ้มค่าในการอยู่ อาศัย คนส่วนใหญ่ยอมจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่า เพื่อให้ได้ความสะดวกสบายคุ้มค่ากว่า (5) การ เข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะที่หลากหลาย สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิตของคนทำงาน และต้องการเชื่อมต่อไปยังสถานที่สำคัญต่างๆ (6) ดีไซน์ที่อยู่อาศัย คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันให้ ความสำคัญกับดีไซน์ของที่อยู่อาศัยมากกว่าพื้นที่ใช้สอยภายใน และด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปกำลัง บ่งบอกว่าภาพลักษณ์นั้นสามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอยู่อาศัยได้ (7) พื้นที่ใช้สอยของที่อยู่ อาศัย คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อนี้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภครที่กำลังวางแผนอนาคต ครอบครัวหรือคิดที่จะมีลูก จำเป็นอย่างยิ่งที่ควรเลือกที่อยู่อาศัยให้สามารถรองรับการอยู่อาศัย ของลูกหลานในอนาคตได้ (8) ความสามารถทางการเงินในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย (9) สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ (10) โกลด์ชิลด์ไฟฟ้า

สุภาวรรณ ฤทธิเดช (2560) ได้กล่าวในบทความเรื่อง เคล็ด(ไม่)ลับ เลือกซื้อคอนโดยังไง ให้โดนใจไม่ผิดหวัง ไว้ว่า (1) เลือกซื้อคอนโดมิเนียมจากทำเลที่โดนใจ ควรพิจารณาก่อนคิดจะซื้อ คอนโดมิเนียมว่าจุดประสงค์ในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมจะเป็นสิ่งกำหนดทำเลที่ตั้งของโครงการ ที่ต้องการได้ เช่น การเลือกซื้อคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้าถือเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับคนที่ ทำงานในเมือง แต่ถ้าซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับการลงทุนปล่อยเช่า หรือเก็งกำไร ควรเลือกทำเล ในโซนที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโต เช่น เป็นคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้า ติดถนนใหญ่ ใกล้ทาง ด่วน เป็นต้น ทำเลเหล่านี้เป็นทำเลที่ผู้ซื้อหมายตา ทำให้ได้ผลตอบแทนสูง และปล่อยเช่าได้ง่าย (2) สภาพแวดล้อมมีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ต่อเนื่องจากเรื่องทำเลที่ตั้งของ คอนโดมิเนียม สภาพแวดล้อมที่ดีย่อมเป็นคอนโดมิเนียมที่น่าอยู่อาศัย หากต้องการซื้อลองสำรวจ ว่า พื้นที่บริเวณนั้นเปลี่ยนวันตรรายเกินไปหรือไม่ อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า หรือใกล้แหล่งจับจ่าย ใช้สอยหรือไม่ นอกจากนั้นต้องดูว่าเป็นแหล่งชุมชนที่มีโรงเรียน สถานพยาบาล สถานที่ราชการ หรือใกล้กับบริษัทต่างๆ มาก-น้อยเพียงใด ปัจจัยเหล่านี้ต่างส่งผลทำให้คอนโดมิเนียมเป็นที่ ต้องการซื้อ หรือต้องการเช่าทั้งสิ้น (3) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในคอนโดมิเนียม ควรที่จะ เล็งเห็นถึงความสำคัญกับพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งหลักๆ ได้แก่ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส พื้นที่สีเขียว แต่ถ้า คอนโดมิเนียมหรูก็มีพื้นที่ส่วนกลางให้มากขึ้น รวมถึงการดูแลรักษาที่ทางนิติบุคคลตั้งไว้ซึ่ง เป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะพื้นที่ส่วนกลางเป็นสิ่งที่คนในคอนโดมิเนียมต้องใช้สอยร่วมกัน (4) ก่อน เลือกซื้อคอนโดมิเนียม ให้วางแบบห้องไว้ใจ คอนโดมิเนียมสมัยนี้ทำแบบห้องมาให้เลือก หลากหลาย ทั้ง 1 ห้องนอน 2 ห้องนอนและแบบห้องดูเพล็กซ์ (Duplex) พื้นที่ใช้สอยของห้องแต่

ละแบบมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนั้นควรดูการวางฟังก์ชันภายในห้องด้วยว่า มีความเหมาะสมและสะดวกสบายสำหรับการอยู่อาศัยด้วยหรือไม่ (5) การตกแต่งห้องของ คอนโดมิเนียม เป็นสิ่งสุดท้ายที่ต้องตรวจดู ซึ่งเรื่องนี้ มีผลต่องบประมาณในการซื้อคอนโดมิเนียม การตกแต่งห้องที่ทางคอนโดมิเนียมจัดมาให้มีอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบ ดังนี้ การตกแต่งห้องแบบ พร้อมอยู่ (Fully Furnished) และการตกแต่งห้องแบบตามใจฉัน (Fully Fitted)

นฤพนธ์ ไชยยศ (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย แนวตั้งในกรุงเทพมหานคร จุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยแนวตั้งในกรุงเทพมหานคร โดยการเทียบตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ กลุ่มตัวอย่างของผู้พักอาศัยจาก 12 โครงการในกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนระหว่าง 60 – 80 หน่วย มีความสูงของอาคารในระหว่าง 12 – 13 เมตร และพื้นที่อาคารไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร ต่อโครงการ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการออกแบบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่ใช้ในการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคือการออกแบบ สถาปัตยกรรม สถานที่ตั้ง และราคาต่อตารางเมตร นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่าความพึงพอใจด้านความต้องการทางกายภาพของผู้อยู่อาศัยเน้นเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอเช่น สวน ฟิตเนส สระว่ายน้ำ ร้านค้า ร้านอาหารและที่จอดรถส่วนตัวทั้งในโครงการคอนโดมิเนียมและในพื้นที่โดยรอบ

ลิน ไไล (Lin Lei., 2016) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “The Study of Factors Influencing Chinese Customers Purchase Decision of Residential Condo in Bangkok” โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของลูกค้าชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรตามในการศึกษาคือการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของลูกค้าชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร และตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ สถานที่ตั้ง ราคา คุณภาพ ภาพลักษณ์ การส่งเสริมการตลาดบริการหลังการขาย คุณสมบัติโครงสร้างของคอนโดมิเนียม บรรทัดฐาน อัตนัย รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชากรทัศนคติ การรับรู้ความสามารถในการควบคุม พฤติกรรม สภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียม แรงจูงใจในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ การเงิน และแบบสอบถาม 400 ชุด ได้รับการแจกจ่ายให้กับลูกค้าชาวจีนที่มีการพิจารณาซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร นักวิจัยใช้ความเป็นไปไม่ได้ในการหาหน่วยสุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ โดยใช้สถิติ Factor Analysis และ Binary Logistic Regression ในการทดสอบสมมติฐานโดยผล

การศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของลูกค้าชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร

วิศิษฐ์พงศ์ พยัตตานนท์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับชุปเปอร์ลักซ์สวีทวีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโครงการเหล่า ทองหล่อ 13 โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26 ผลการวิจัยพบว่า คอนโดมิเนียมระดับชุปเปอร์ลักซ์สวีทวีเป็นคอนโดมิเนียมที่มีราคาสูงเฉลี่ย 280,000-500,000 บาทต่อตรม. ผู้ซื้อเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะและมีจำนวนน้อย แต่ผู้ประกอบการยังให้ความสนใจและผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ กระบวนการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถามของผู้ซื้อจำนวน 142 ตัวอย่าง แล้วจำแนกเป็น 3 กลุ่มคือ เพื่ออยู่อาศัย เพื่อการลงทุน และเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน โดยใช้หลักเกณฑ์สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จากนั้นสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างมาสัมภาษณ์จำนวน 36 ตัวอย่าง โดยใช้หลักเกณฑ์สุ่มตัวอย่างแบบง่าย ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับชุปเปอร์ลักซ์สวีทวีทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษามีอายุช่วง 41 – 50 ปี (ร้อยละ 38.02) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 59.85) พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯชั้นใน ร้อยละ 45.78 อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 42.25) รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-300,000 บาท 2) ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน แต่ขั้นตอนที่สำคัญคือการแสวงหาข่าวสารของผู้ซื้อ ซึ่งเริ่มต้นจากการที่พนักงานขายส่วนใหญ่จะประชาสัมพันธ์โครงการโดยโทรศัพท์ไปแจ้งให้ทราบโดยตรง จากนั้นจะมีการนำข้อมูลไปเสนอถึงที่ บริการรับส่งดูห้องตัวอย่าง เป็นต้น 3) ในขั้นตอนตระหนักถึงความต้องการซื้อ ทั้งผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินต้องการความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนตระหนักถึงการที่คอนโดมิเนียมน่าจะสามารถขายหรือเช่าได้รวดเร็วกว่าการซื้อบ้านแนวราบ สำหรับขั้นตอนการประเมินทางเลือก ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มมีการเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่ก่อนการซื้อ ขณะที่ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและผู้ซื้อเพื่อการลงทุนมีการเปรียบเทียบกับโครงการอื่นนอกพื้นที่กรณีศึกษาด้วยในขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินวางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับชุปเปอร์ลักซ์สวีทวีอีก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนยังไม่มีวางแผนที่จะซื้ออีก 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. ด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งสามารถเข้าออกโครงการได้หลายทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณโดยรอบ และมีแนวโน้มราคาที่ดินจะสูงขึ้น 2. ด้านราคา 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด โดยเฉพาะเรื่องยี่ห้อของวัสดุที่มีชื่อเสียงระดับโลกและความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน

สัญญาชัย ธนะวิบูลย์ชัย (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำไปวิเคราะห์ว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านใดจึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาครั้งนี้ โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถาม และได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 410 ชุด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย มีจำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในทำเลรอบโครงการ ปัจจัยด้านบุคลากรและการให้บริการของสำนักงานขายโครงการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อมของโครงการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ ส่วนการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของผู้บริโภค โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เพชรไพลิน ปัญญา; และ วรวิญญู (2558) ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อห้องชุด งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อห้องชุด ผลการวิจัยพบว่า ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อห้องชุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมแต่ละปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การออกแบบโครงสร้างอาคารมีความทนทาน ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกในการติดต่อฝ่ายขายโครงการห้องชุด ปัจจัยด้านการส่งเสริม

การตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ส่วนลด

ภูวิศ สิงห์สกุลชัยชาญ (2558) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกพิจารณาในสองด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนประชากรศาสตร์จากการศึกษาว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน ด้วยวิธี Independent-Samples T-Test และ One-Way ANOVA พิเคราะห์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในส่วนของเพศ อาชีพและรายได้ต่อเดือน สรุปได้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ทั้ง 3 ด้าน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานครจากการจัดกลุ่มด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย มี 6 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร เรียงลำดับตามการส่งผลต่อตัวแปรตามจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการดูแลและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการขาย ปัจจัยด้านราคา คุณภาพการก่อสร้างและความเพียงพอของที่จอดรถ ปัจจัยด้านคุณลักษณะเพิ่มเติม ปัจจัยด้านพนักงานขายและคุณภาพเฟอร์นิเจอร์ และปัจจัยด้านความสะดวก โดยทั้งหมดที่กล่าวมาส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี” นี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) เป็นการวิจัยรูปแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) โดยการใช้ 2 ระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ศึกษาจากการสังเกต โดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation)

- 1.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 1.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 1.5 ความสอดคล้องระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

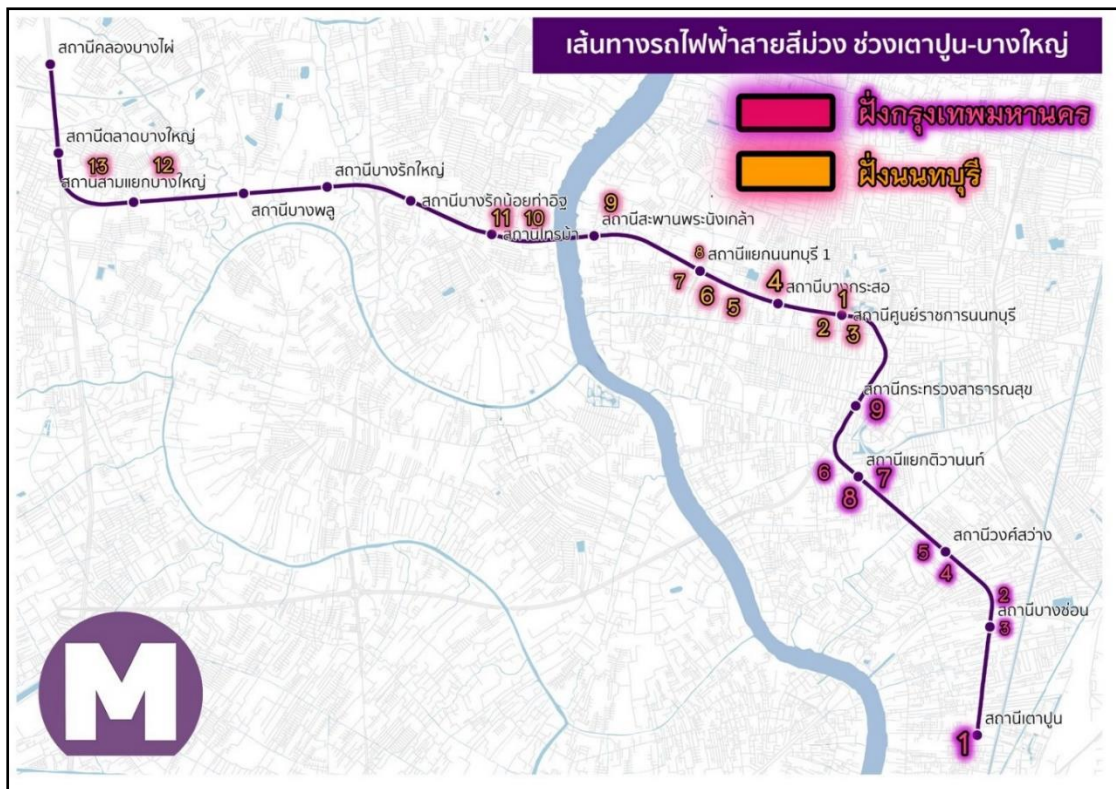
ประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยศึกษา คือ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี มีรายละเอียดขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการสำรวจและเลือกคอนโดมิเนียมระดับกลาง ที่มีที่ตั้งห่างจากสถานีรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร ทั้ง 2 ฝั่ง ดังนี้



ภาพประกอบ 4 แผนที่สำรวจจุดสนใจระดับกลาง ที่มีที่ตั้งห่างจากสถานีรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

1) กลุ่มฝั่งกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 9 โครงการ ได้แก่

- 1.1) โครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูนอินเตอร์เชนจ์ (Rich Park 2 @ Taopoon Interchange)
- 1.2) โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น (Metro Sky Phachachuen)
- 1.3) โครงการศุภาลัย เฮอร์นด้า รัชวิภา - ประชาชื่น (Supalai Veranda Ratchavipha - Prachachuen)
- 1.4) โครงการเดอะพาร์คแลนด์ รัชดา - วงศ์สว่าง (The Parkland Ratchada - Wongsawang)
- 1.5) โครงการแอสปาย รัชดา - วงศ์สว่าง (Aspire Ratchada - Wongsawang)
- 1.6) โครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์ (Supalai Vista Tiwanon)
- 1.7) โครงการแอมเบอร์ ติวานนท์ (Amber Tiwanon)

1.8) โครงการเซ็นทรัล ทิวานนท์ สเตชั่น (Centric Tiwanon Station)

1.9) โครงการไนท์บริดจ์ ทิวานนท์ (Knightsbridge Duplex Tiwanon)

2) กลุ่มฝั่งธนบุรี มีจำนวน 13 โครงการ ได้แก่

2.1) โครงการไวโอ แคราย (Vio Khaerai)

2.2) โครงการแอสปาย รัตนาธิเบศร์ 2 (Aspire Rattathibet)

2.3) โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย - งามวงศ์วาน (Supalai Park Khaerai - Ngamwongwan)

2.4) โครงการเดอะ โฮเทล เซอร์วิส คอนโด (The Hotel Serviced Condo)

2.5) โครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์ (Supalai Veranda Rattathibet)

2.6) โครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ (A Space Me Rattathibet)

2.7) โครงการสกายไลน์ รัตนาธิเบศร์ (Skyline Rattathibet)

2.8) โครงการแอสปาย รัตนาธิเบศร์ (Aspire Rattathibet)

2.9) โครงการเซล รัตนาธิเบศร์ (Zelle Rattathibet)

2.10) โครงการดีคอน ไพรม์ รัตนาธิเบศร์ (Dcon Prime Rattathibet)

2.11) โครงการริชพาร์ค 3 แอท เจ้าพระยา (Rich Park 3 @ Chaophraya)

2.12) โครงการคาซ่า คอนโด สามแยกบางใหญ่ (Casa Condo @ MRT Sam Yaek Bang Yai)

2.13) โครงการพลัม คอนโด เซ็นทรัล สเตชั่น (Plum Condo Central Station)

จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการต่อโดยได้รับความอนุเคราะห์จากทางคอนโดมิเนียมในการศึกษาวิจัยได้มาจำนวน 8 โครงการ จากคอนโดมิเนียมทั้งหมดที่ได้สำรวจ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการริชพาร์ค 2 แอท

โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น โครงการศุภาลัย เวอรันด้า รัชวิภา-ประชาชื่น และโครงการศุภาลัย วิสต้า แยกติวานนท์

กลุ่มที่ 2 คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน โครงการศุภาลัย เวอรันด้า รัตนาธิเบศร์ โครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ และโครงการเซด รัตนาธิเบศร์

หลังจากการสำรวจนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยใช้การบันทึกเรื่องราว (Anecdotal record) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ทั้งฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ผลการวิเคราะห์จากกการบันทึกเรื่องราวจึงทำให้เกิดปัจจัย 6 ด้าน ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ
- 2) ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ
- 3) ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ
- 4) ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ
- 5) ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ
- 6) ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาโดยวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participation Observation) ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการทำวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากความเป็นอยู่ของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ลงพื้นที่ไปสังเกตการณ์จากสถานที่จริง ดูความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง โครงการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ราชการ ห้างสรรพสินค้า การคมนาคมมีความสะดวก มีหลากหลายเส้นทางหรือไม่ การออกแบบของโครงการ วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้เป็นอย่างไร ด้านสาธารณูปโภค ที่จอดรถมีความเหมาะสม ปลอดภัยมากน้อยเพียงใด เมื่อสังเกตแล้ว ก็ดำเนินการบันทึกภาพถ่าย จดบันทึกข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation)

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่จริงทั้ง 2 ฝั่ง คือ ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง

1.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) ด้วยตนเองจากสถานที่จริง ดำเนินการจดบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด และนำข้อมูลมาดำเนินการตีความ (Interpretation) เป็นบทวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ แบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical description)

1.5 ความสอดคล้องระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นขั้นตอนแรกก่อน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการให้นิยามและการสร้างเครื่องมือตัวแปรต่างๆ ที่ใช้สำหรับสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

2. วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ และสรุปต่างๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 2.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 2.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ายอดนิยมที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้ายอดนิยมที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ายอดนิยมที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้ายอดนิยมที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้ายาสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มฝั่งกรุงเทพมหานคร 200 ตัวอย่าง และกลุ่มฝั่งนนทบุรี 200 ตัวอย่าง และขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสม โดยมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้ายาสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้ายาสีม่วง ฝั่งนนทบุรีที่เต็มใจและสะดวกที่จะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดประชากรโดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยสำรองเพื่อป้องกันแบบสอบถามไม่สมบูรณ์เพิ่มเป็นทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีการคำนวณสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z แทน ค่าระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นค่า Z = 1.96
 e แทน ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากร
 ทั้งหมดที่ยอมรับได้ 5%

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 385 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีอย่างน้อย 385 ตัวอย่าง และเพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยรวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์เป็นคำถามในแบบสอบถาม โดยคำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน และมีจำนวนคำถามทั้งหมด 49 ข้อ รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฟังกรุงเทพมหานครกับ ฟังนนทบุรี ได้แก่ ฟังที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพศ อายุ สถานภาพสมรสระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทห้องของ คอนโดมิเนียม จำนวน 8 ข้อ โดยคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended questions) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) ให้เลือกเพียงข้อเดียว โดยมีระดับการวัดข้อมูลดังนี้

1. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- 1) ฟังกรุงเทพมหานคร
- 2) ฟังนนทบุรี

2. เพศ เป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- 1) เพศชาย
- 2) เพศหญิง

3. อายุ เป็นการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี
- 2) 26 - 35 ปี
- 3) 36 - 45 ปี
- 4) ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป

4. สถานภาพสมรส เป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)

ได้แก่

- 1) โสด
- 2) สมรส / อยู่ด้วยกัน
- 3) หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

5. ระดับการศึกษา เป็นการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพ เป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- 1) พนักงานบริษัทเอกชน

- 2)ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3) ผู้ประกอบการ / ธุรกิจส่วนตัว
- 4) เกษียณ
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ได้แก่

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- 2) 15,001 – 30,000 บาท
- 3) 30,001 – 45,000 บาท
- 4) 45,000 – 60,000 บาท
- 5) 60,001 – 75,000 บาท
- 6) 75,001 บาทขึ้นไป

8. ประเภทห้องของคนโตมิเนียม เป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ

(Nominal scale) ได้แก่

- 1) Studio Room (ห้องสตูดิโอ)
- 2) One Bedroom (1 ห้องนอน)
- 3) Two Bedroom (2 ห้องนอน)
- 4) Duplex (ห้องเพดานสูง 2 ชั้น)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ
 คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ภาณุศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับ
 ฝั่งนนทบุรี ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ ด้านการคมนาคมของ
 โครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้าน
 สาธารณูปโภคของโครงการ จำนวน 27 ข้อ ดังนี้

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ	จำนวน	4	ข้อ
ด้านความอุดมสมบูรณ์	จำนวน	3	ข้อ
ด้านการคมนาคมของโครงการ	จำนวน	4	ข้อ
ด้านการออกแบบของโครงการ	จำนวน	5	ข้อ
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ	จำนวน	4	ข้อ
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ	จำนวน	7	ข้อ

โดยใช้คำถามปลายเปิด (Close-Ended) เป็นลักษณะการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 หมายถึง	มากที่สุด
4 หมายถึง	มาก
3 หมายถึง	ปานกลาง
2 หมายถึง	น้อย
1 หมายถึง	น้อยที่สุด

การอภิปรายผลเป็นการใช้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้สูตรทางการคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัย ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง มีความสำคัญน้อย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเล็งเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ การซื้อ และการประเมินทางเลือกหลังการซื้อ จำนวน 14 ข้อ ดังนี้

การสังเกตเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ	จำนวน	3	ข้อ
การแสวงหาข่าวสาร	จำนวน	3	ข้อ
การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ	จำนวน	3	ข้อ
การซื้อ	จำนวน	3	ข้อ
การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ	จำนวน	2	ข้อ

โดยใช้คำถามปลายเปิด (Close-Ended) เป็นลักษณะการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง มากที่สุด
4	หมายถึง มาก
3	หมายถึง ปานกลาง
2	หมายถึง น้อย
1	หมายถึง น้อยที่สุด

การอภิปรายผลเป็นการใช้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้สูตรทางการคำนวณความกว้างของอัตราภาคขั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอัตราภาคขั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง มีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสาร หนังสือ บทความ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และ แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และขอคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม

4. นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbachs' alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2550: 34) เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องด้านรูปแบบ ความสอดคล้องของคำถามและความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา คำถามข้อใดที่มีค่าความเชื่อมั่นต่ำก็ตัดออกไปจนเหลือข้อคำถามที่มีความเชื่อมั่นสูงเท่านั้น จากการนำแบบสอบถามไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น จำนวน 30 ชุด ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ เท่ากับ 0.795

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านความอุดมสมบูรณ์ เท่ากับ 0.961

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านการคมนาคมของโครงการ เท่ากับ 0.852

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านการออกแบบของโครงการ เท่ากับ 0.932

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ เท่ากับ 0.920

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ เท่ากับ 0.884

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ดำเนินการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ตามที่ได้กำหนดไว้

6. การลงรหัส (Coding) นำเสนอแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้สำหรับการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

7. การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงพรรณนา

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ

2.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) งานวิจัยนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้จนครบตามจำนวน โดยจะขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ายอดนิยมซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

2.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่างๆ หนังสือพิมพ์วิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1) การตรวจสอบข้อมูล (Checking) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2) การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3) การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

1.1) การวิเคราะห์ข้อมูลในด้านข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทห้องของคอนโดมิเนียมโดยจะทำการ

นำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฟังกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ประกอบด้วย ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยจะทำการนำเสนอในรูปแบบของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3) การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฟังกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยจะทำการนำเสนอในรูปแบบของ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.1) สถิติวิเคราะห์ค่าที่ (Independent Statistic) โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง ฟังกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

2.2) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปกับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฟังกรุงเทพมหานคร และสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มี

อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่ง
นนทบุรี

2.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.5.1 สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbachs' alpha Coefficient) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550b) โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$a = \frac{k \overline{Covariance} / \overline{Variance}}{1 + (k - 1) \overline{Covariance} / \overline{Variance}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{Covariance}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{Variance}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

2.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

1) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) เป็นการนำเสนอในรูปแบบของค่าร้อยละ เพื่อเปรียบเทียบความถี่ของข้อมูลในแต่ละกลุ่มกับจำนวนของข้อมูลทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เป็นการหาค่ากลางของข้อมูลทั้งหมด โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum i = 0 N(x_1 - \bar{x})^2}{n}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทน	ข้อมูลแต่ละจำนวน
	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลในชุด
	N	แทน	จำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2.5.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

1) ค่าสถิติ Independent Sample t-test ใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งเป็น 2 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

กรณีที่ค่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม เท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{Sp \cdot \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	\bar{x}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	\bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_1^2	แทน	ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

S_2^2	แทน	ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
n_1	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

2) สถิติทดสอบ t ที่มีค่าองศาอิสระ $n_1 + n_2 - 2$ โดยที่

$$S_p^2 = \frac{n(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

กรณีที่ค่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right]^2}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	\bar{x}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	\bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_1^2	แทน	ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	n_1	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ดังนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k + \epsilon$$

เมื่อ	Y_i	แทน	ตัวแปรตาม
	X	แทน	ตัวแปรอิสระ
	β_0	แทน	ค่าคงที่ (Constant) ของสมการเชิงถดถอย จะใช้

สัญลักษณ์ β_0 สำหรับสมการตัวอย่าง

ϵ แทน ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง Y และค่าที่ได้จากสมการ \hat{y} (y hat)

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระที่ i (x) และใช้สัญลักษณ์ β_1 สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยคงที่ในรูปของสมการดังกล่าว



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี” นี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) เป็นการวิจัยรูปแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) โดยการใช้ 2 ระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกลำดับความสำคัญทางสถิติ
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - Distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - Distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนนเฉลี่ย (Mean of Squares)
df	แทน	ระดับขั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Unstandardized)
R^2_{Adj}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participation Observation) ด้วยตนเอง ใช้วิธีการสังเกตภาคสนาม โดยการจดบันทึกรายละเอียด และนำมาตีความ (Interpretation) เป็นบทวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical description) โดยจากการวิเคราะห์ พบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฟังกรุงเทพมหานครกับฟังนนทบุรีนั้น มีด้วยกันทั้งหมด 6 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม และจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงของฟังกรุงเทพมหานครกับฟังนนทบุรี มีรายละเอียดดังนี้

1. ฟังกรุงเทพมหานคร

1. โครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูนอินเตอร์เชนจ์ (Rich Park 2 @ Taopoon Interchange)

- 1.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท ริชเพลซ 2002 จำกัด (มหาชน)
- 1.2 สถานที่: เตาปูน
- 1.3 ระยะห่างจากสถานี: 60 เมตร
- 1.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)
- 1.5 จำนวนอาคาร: 1 อาคาร
- 1.6 จำนวนชั้น: 26 ชั้น
- 1.7 จำนวนห้อง: 720 ยูนิต และร้านค้า 14 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 734 ยูนิต
- 1.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:
 - 1.8.1 ชั้นที่ 5
 - Type A 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต
 - Type A2 1 Bedroom / 28 ตารางเมตร / 6 ยูนิต
 - Type A4 1 Bedroom / 31 ตารางเมตร / 1 ยูนิต
 - Type B 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต
 - Type C 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type E 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 19 ยูนิต

1.8.2 ชั้นที่ 6 – 25

Type A 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 10 ยูนิต

Type A1 1 Bedroom / 29 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

Type A2 1 Bedroom / 28 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

Type A3 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type A2 1 Bedroom / 28 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

Type A4 1 Bedroom / 31 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type B 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type B1 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type C 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type D 1 Bedroom / 21 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type D1 1 Bedroom / 21 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

Type E 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 34 ยูนิต

1.8.3 ชั้นที่ 26

Type A 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

Type A1 1 Bedroom / 29 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type B 1 Bedroom / 30 ตารางเมตร / 5 ยูนิต

Type C 1 Bedroom / 35 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 13 ยูนิต

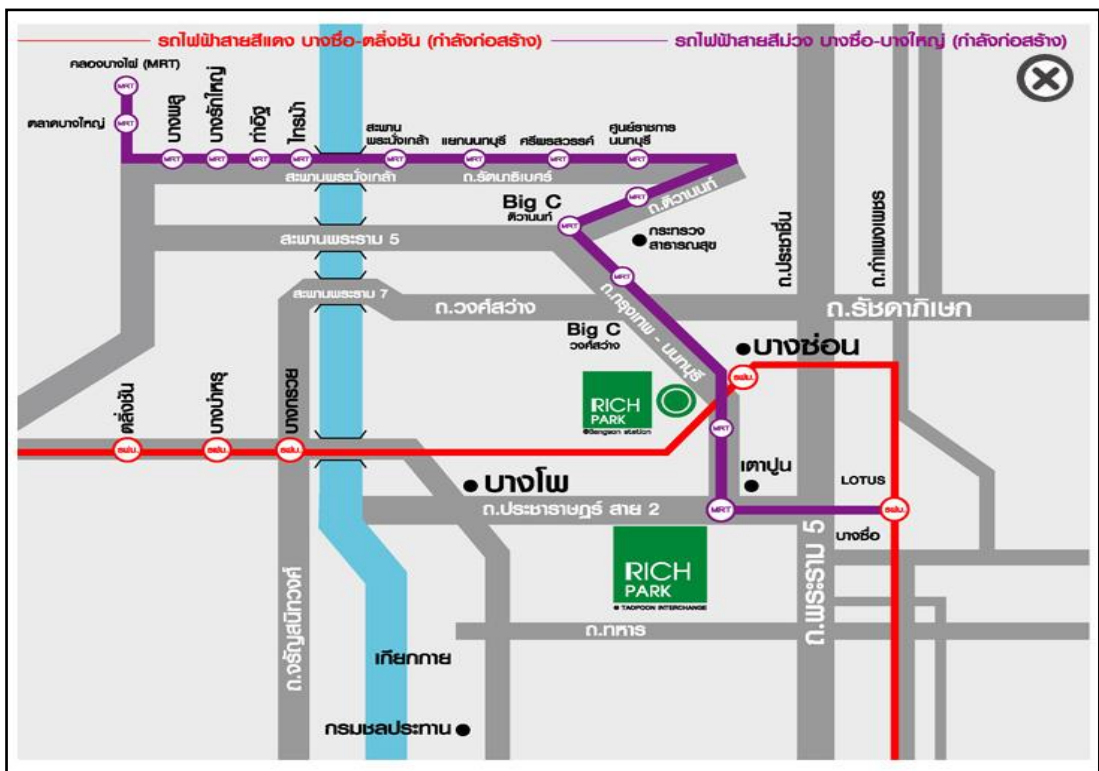
1.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 2.39 ล้านบาท

1.10 จำนวนที่จอดรถ (%): 50%

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูนอินเตอ์เซนจ์

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : โครงการอยู่ระหว่างสถานีที่เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้า 2 สาย คือ สายสีน้ำเงิน (บางซื่อ - ท่าพระ) และสายสีม่วง (เต่าปูน - บางใหญ่) ตัวโครงการห่างจากสถานี เต่าปูนเพียง 60 เมตรเท่านั้น ที่ตั้งโครงการอยู่บนถนนพระราชารัฐร์ สาย 2 ซึ่งเชื่อมต่อกับถนน อื่นๆ ในระแวกนี้ได้ค่อนข้างเยอะ เช่น ถนนกรุงเทพฯ - นนทบุรี ถนนพระราชารัฐร์ สาย 1 ถนน

เทอดดำริ ถนนประชาชื่น และมีทางลัดในการเข้า - ออกโครงการอีกด้วย ซึ่งมีความสะดวกในการเดินทาง ทั้งการใชัรถยนต์ส่วนตัว การใช้ระบบขนส่งสาธารณะต่างๆ เช่น รถไฟฟ้า รถประจำทาง แท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง และเรือโดยสาร ความอุดมสมบูรณ์ของทำเลที่ตั้งโครงการมีมากด้วยเช่นกัน เพราะเป็นย่านชุมชนเก่าที่มีร้านค้า ร้านอาหาร และสถานที่ราชการต่างๆ อยู่ใกล้ละแวกนี้ สำหรับทำเลที่ตั้งของโครงการนี้จุดเด่น คือ อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีเตาปูนในระยะที่สามารถเดินได้



ภาพประกอบ 5 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ริงออฟฟิฟวิง (2557a). Rich park 2 @เตาปูนอินเทอร์เน็ต คอนโด High Rise ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง - นำเงินโดยวีซีเพลซ. (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 6 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 7 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 8 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 9 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ร้านสะดวกซื้อที่ใกล้โครงการ

ภาพประกอบ 10 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ซอยสะพานขาว เป็นทางลัดไปออกถนนประชาราษฎร์ 1

ภาพประกอบ 11 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชาร์ด 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ด้านหน้าทางเข้า - ออกของโครงการ

ภาพประกอบ 12 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

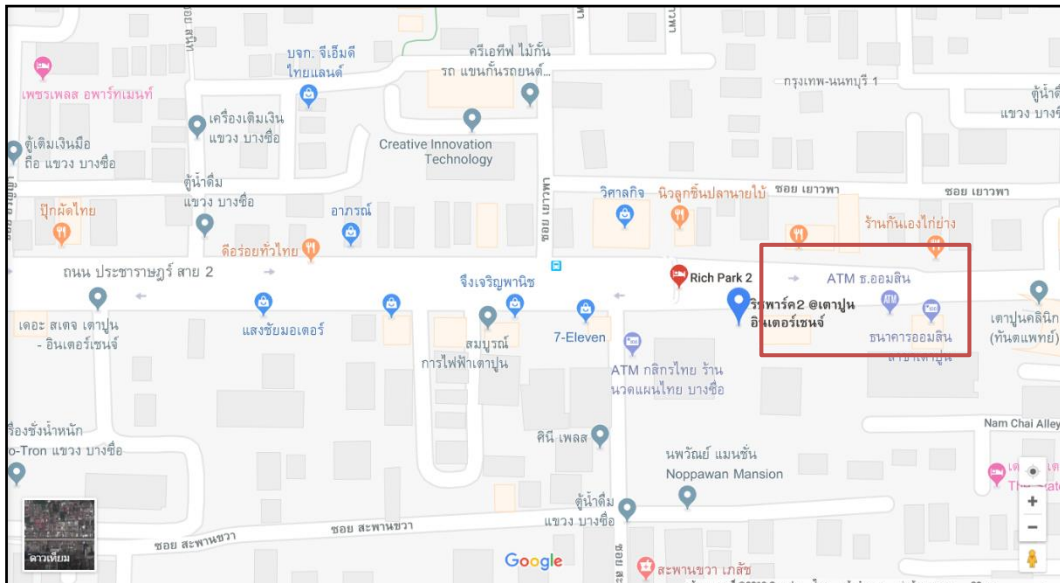


ฝั่งด้านขวามือของโครงการมีร้านค้า ร้านอาหาร
และเห็นสถานีเต่าปูนอยู่ใกล้ๆ

ภาพประกอบ 13 ทำเลที่ตั้งของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : เนื่องจากทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ใน
 ระแวกชุมชนเก่า ทำให้มีร้านค้า ร้านอาหารเต็มสองข้างทาง และเป็นที่อยู่อาศัย มีร้านสะดวกซื้อ
 อยู่ไม่ไกลจากหน้าโครงการ มีสถานที่สำคัญใกล้เคียงกับโครงการมากมาย เช่น ศูนย์การค้าเกตเวย์
 แอท บางซื่อ ตลาดบางโพ ตลาดเตาปูน เทสโก้ โลตัส เตาปูน บริษัทเครือซิเมนต์ไทย โรงเรียนสตรี
 นนทบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ บิ๊กซี วงศ์สว่าง โรงพยาบาลเกษม
 ราษฎร์ ตลาด อดก. เป็นต้น



ภาพประกอบ 14 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: กูเกิล แมพ (2562). ริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต. (ออนไลน์)



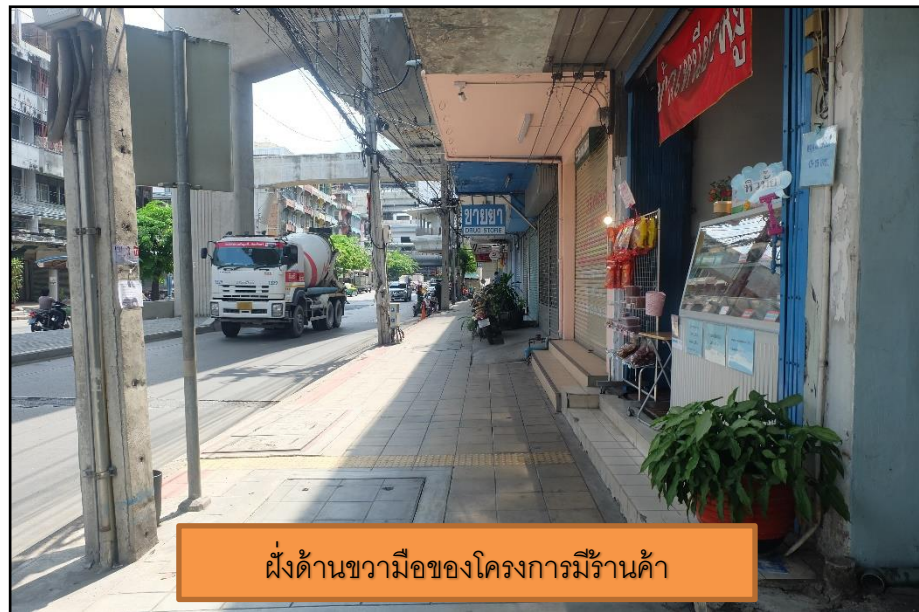
ภาพประกอบ 15 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชาร์ด 2 แอท เตปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 16 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชาร์ด 2 แอท เตปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 17 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

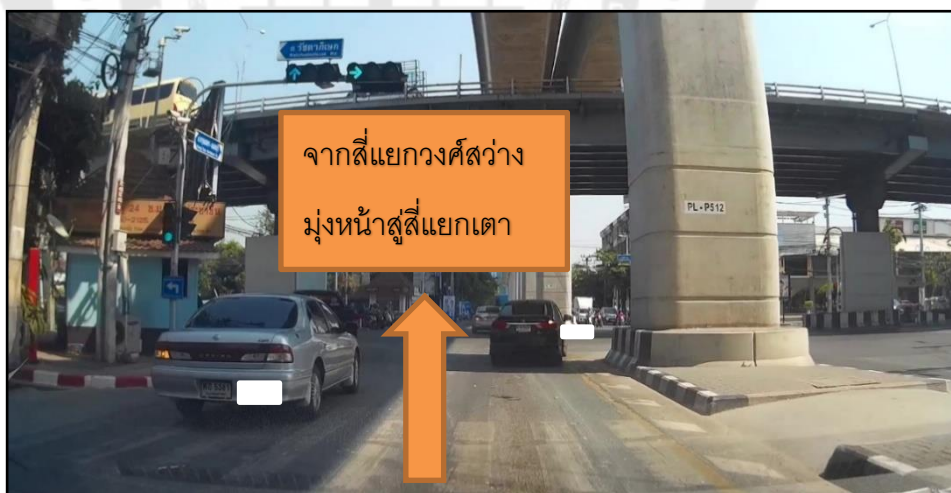
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 18 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีความสะดวก เพราะอยู่ติดถนนใหญ่สามารถใช้ได้หลายเส้นทาง เข้าเมืองและออกนอกเมืองได้อย่างสะดวก ทั้งมุ่งสู่ถนนรัชดาภิเษก ถนนประชาชื่น ถนนกรุงเทพมหานคร – นนทบุรี ถนนพหลโยธิน และสามารถขึ้น – ลงทางด่วนศรีรัชได้ ทำให้มีตัวเลือกในการใช้ถนนเข้าถึงโครงการได้หลากหลายเส้นทาง ซอยสะพานขาว ที่อยู่บริเวณด้านข้างโครงการสามารถออกไปทะลุถนนประชาษฎร์สาย 1 ได้ ฝั่งด้านหน้าโครงการมีจุดกัลบรถ ระยะห่างประมาณ 100 เมตร ทั้งฝั่งที่มาจากบางโพ และฝั่งที่จะกลับเข้าตัวเมือง แต่โครงการมีที่จอดรถเพียง 50% เมื่อเทียบกับจำนวนยูนิตในโครงการแล้ว อาจมีปัญหาในการจอดรถได้ และการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ถือว่าเป็นจุดเด่นมาก โครงการอยู่ติดกับรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีเตาปูน ระยะห่าง เพียง 60 เมตร อยู่ในระยะที่สามารถเดินได้ และอนาคตมีโครงการสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยายช่วงบางซื่อ – ท่าพระสามารถเดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งบริเวณด้านหน้าโครงการมีป้ายรถประจำทาง หรือต้องการเข้าเมืองสามารถเดินข้ามสะพานลอยที่ด้านหน้าโครงการได้เลย มีวินมอเตอร์ไซค์รับจ้างอยู่ทางซ้ายและทางขวาของโครงการ แท็กซี่มีผ่านตลอดเวลา รวมถึงการใช้บริการเรือโดยสารที่ทำเรือบางโพ ห่างจากโครงการประมาณ 1 กิโลเมตร ถือว่ามีตัวเลือกมากมายในการเลือกใช้บริการ



ภาพประกอบ 19 เส้นทางคมนาคมสู่โครงการริชชาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



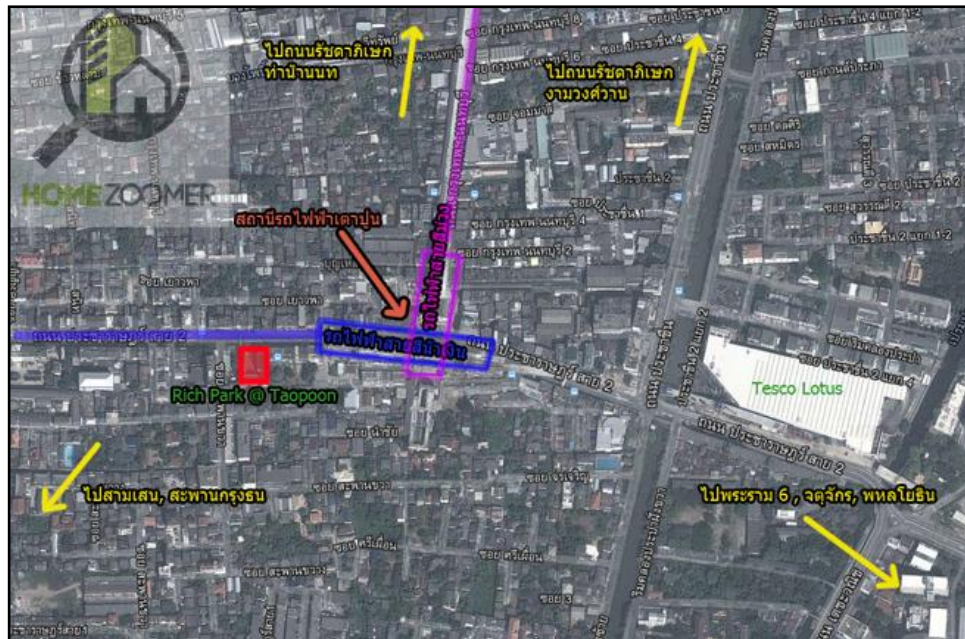
ภาพประกอบ 20 เส้นทางการคมนาคมสู่โครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 21 เส้นทางการคมนาคมสู่โครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 22 เส้นทางโครงการคมนาคมสู่โครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: โฮมซูมเมอ (2561b). รีวิวคอนโด Rich Park 2 @Taopoon Interchange. (ออนไลน์)

ด้านการออกแบบของโครงการ : อาคารโครงการออกแบบมาให้ทิศเหนือเป็นทิศที่อยู่หน้าโครงการ ซึ่งหันหน้าให้กับถนนพระราชาราชฎริศาย 2 และแนวเส้นทางรถไฟฟ้า ถัดออกไปตรงข้ามกันคืออาคารพาณิชย์ ทำให้เห็นบรรยากาศเมืองและวิวที่มีการเคลื่อนไหวมากกว่าทิศอื่นๆ ทิศตะวันออก เป็นฝั่งที่โดนบังวิวมากที่สุดเป็นอาคารของโครงการชีวาทัย สูง 26 ชั้น แต่ไม่ใช่ในระยะที่ประชิด มีแนวอาคารพาณิชย์กั้นไว้ ทำให้ได้รับลมและวิวจากด้านข้างอยู่บ้าง ทิศใต้ เป็นวิวที่พักอาศัยสูง 4 – 6 ชั้น แต่ไม่อยู่ในระยะประชิด และไม่ส่งผลต่อห้องพักอาศัยของโครงการ ทำให้ทิศใต้มองเห็นวิวค่อนข้างโล่ง และยังเป็นฝั่งที่รับแสงแดดและความร้อนสูง เหมาะกับคนที่ไม่ค่อยอยู่ห้องในเวลากลางวัน และทิศตะวันตก เป็นทิศที่มองเห็นวิวโค้งแม่น้ำเจ้าพระยา ในระยะประชิด แต่ถ้ามองห่างออกไป ประมาณ 300 เมตร มีอาคารของโครงการเดอะ สเตจ สูง 36 ชั้น และประมาณอีก 500 เมตร มีอาคารของโครงการเดอะ ทรี สูง 39 ชั้น และ 40 ชั้น 2 อาคาร บังอยู่ในบางจุด ทำให้ไม่ได้วิวที่โล่งทั้งหมด แต่สามารถเห็นแม่น้ำเจ้าพระยาอยู่



ภาพประกอบ 23 รูปแบบการออกแบบของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เชนจ์

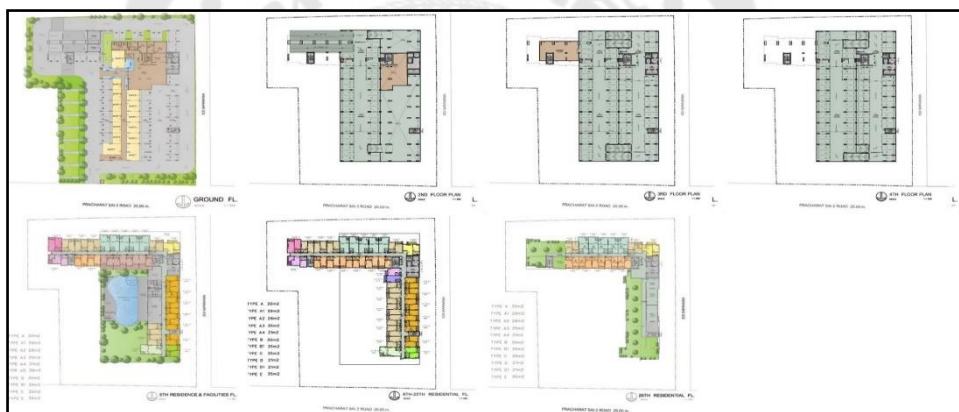
ที่มา: โสมซุมเมอ (2561b). รีวิวคอนโด Rich Park 2 @Taopoon Interchange. (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 24 รูปแบบอาคารของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

อาคารถูกออกแบบเป็นรูปตัวแอล (L) ตามพื้นที่โครงการเป็นอาคารเดี่ยว พื้นที่จอดรถอยู่ชั้นที่ 1 – 4 ส่วนห้องพักอาศัยเริ่มที่ชั้น 5 และมีร้านค้า 14 ร้าน มีทางเข้า - ออกอาคารทั้งหมด 3 ทางหลัก ได้แก่ ทางเข้า - ออกฝั่งหน้าตัวอาคาร เป็นทางเข้าสำหรับเดินทางเท้า ทางเข้า - ออกฝั่งด้าน ทิศตะวันออก เป็นทางเข้า - ออกสำหรับ Drop off ซึ่งเป็นที่ให้รถยนต์จอดรับหรือส่งคน และทางเข้าจากที่จอดรถใต้อาคารฝั่งทิศตะวันตก เป็นทางเข้า - ออกสำหรับขนของหรือบริการต่างๆ มีตำแหน่งใกล้เคียงกับโถงลิฟท์ ภายในล็อบบี้ (Lobby) มีขนาดใหญ่ พร้อมแยกส่วนหลังบ้าน ออกอย่างชัดเจน เช่น Mail Box สำนักงานนิติบุคคล และห้องน้ำ ซึ่งช่วยให้ลูกบ้านได้ความเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น ตัวโถงลิฟท์ได้ช่องแสง ทุกชั้น โถงทางเดินมีช่องแสงที่ปลายทางทั้งสองฝั่ง ช่วยให้ไฟน้อยลงในเวลากลางวัน ส่วนพื้นที่ส่วนกลางมีเวลาเปิด - ปิดที่แน่นอน แบ่งส่วนกับพื้นที่พักอาศัยอย่างชัดเจน การเข้าที่พักอาศัยต้องใช้ระบบ Key card



ภาพประกอบ 25 แปลนการออกแบบอาคารของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: โฮมชুমเมอ (2561b). รีวิวคอนโด Rich Park 2 @Taopoon Interchange. (ออนไลน์)

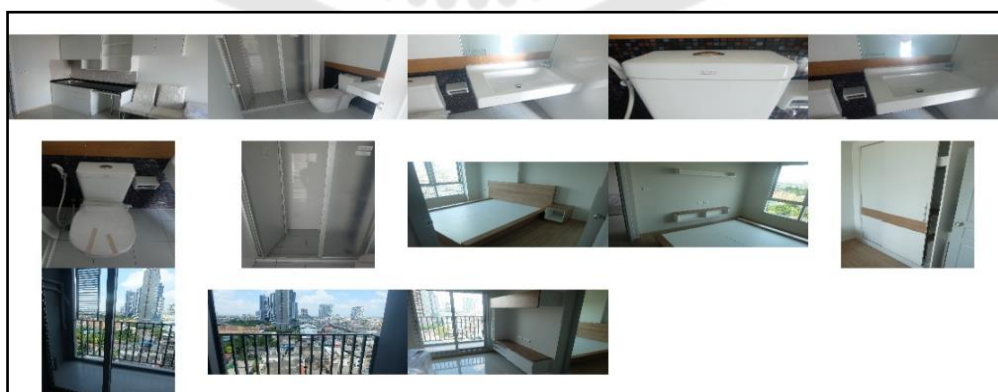
การออกแบบห้องพักอาศัย ลักษณะห้องเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ด้านยาวและด้านกว้างไม่ต่างกันมากนัก ภายในห้องมีระดับพื้นถึงฝ้าสูง 2.4 เมตร ลักษณะของพื้นที่ภายในออกแบบแบ่งสัดส่วนอย่างชัดเจน พื้นที่ภายในห้องแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนครัว เป็นส่วนแรกที่เข้ามาภายในห้องต้องเจอก่อนส่วนอื่นๆ ไม่มีฉากกั้นต้องระวังเรื่องกลิ่นและควันที่จะรบกวนส่วนต่างๆ ของห้อง ฝั่งตรงข้ามคือ ส่วนของห้องน้ำ มีการกั้นส่วนพื้นเปียกและพื้นแห้งอย่างชัดเจน ส่วน

ด้านในคือห้องนั่งเล่นที่ติดกับระเบียง จึงเป็นช่องแสงหลักให้กับห้อง ภายนอกระเบียงมีพื้นที่พอสมควร ซึ่งแขวนคอยล์ร้อน (Condensing Unit) ตรงบริเวณนี้ สามารถวางเครื่องซักผ้าที่ด้านใต้ของคอยล์ร้อนได้อีก และมีพื้นที่สำหรับตากผ้าด้วย ด้านข้างคือ ห้องนอนขนาดใหญ่ สามารถวางเตียง 5 ฟุตได้ และมีพื้นที่โดยรอบของเตียงสามารถวางโต๊ะหัวเตียงได้ มีช่องแสงที่ริมหน้าต่างได้ ทั้งวิวและสามารถเปิดรับลมระบายอากาศได้ อีกฝั่งด้านในห้องมีพื้นที่สำหรับวางโต๊ะเครื่องแป้ง และตู้เสื้อผ้าได้อีกด้วย



ภาพประกอบ 26 แปลนการออกแบบห้องของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: โสมซুমเมอ (2561b). รีวิว คอนโด Rich Park 2 @Taopoon Interchange. (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 27 ห้องจริงของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : ทางโครงการให้ห้องมาเป็นแบบแต่งเฟอร์นิเจอร์ให้ครบทั้งห้อง (Fully Furnished) ตัวห้องเป็นโครงสร้างก่ออิฐฉาบปูน พื้นปิดผิวด้วยกระเบื้องแกรนิตโต้ ผนังเป็นฉาบเรียบทาสีพร้อมบัวเชิงผนัง ประตูห้องเป็นประตูไม้สำเร็จรูปสีขาว พร้อมก้านโยกสแตนเลส ผนังที่ขอบไม้ยกขึ้น ทำให้ป้องกันสิ่งสกปรกจากโถงทางเดินเข้ามาภายในห้อง ฝ้าเพดานทั้งห้องเป็นแบบฉาบเรียบทาสี พร้อมไฟดาวน์ไลท์ (Downlight) 2 ดวง ยกเว้นพื้นที่ระเบียงเป็นไฟแบบกิ่ง 1 ดวง

ห้องครัวเป็นส่วนเตรียมอาหาร (Pantry) แบบเปิด ต้องระวังเรื่องกลิ่นและควัน ซึ่งทางโครงการให้มา 3 ส่วน ด้านบน เป็นหน้าบานสำหรับเก็บของ มีหลายช่อง วัสดุเป็นเมลามีน เคาท์เตอร์กลาง เป็นแนวยาวปิดผิวด้วยหินแกรนิต มีอ่างล้างหน้า และผนังกันน้ำมันหรือน้ำ (Backsplash) เป็นกระเบื้อง ทำความสะอาดง่าย และส่วนตู้บานด้านล่าง มี 3 ส่วน ได้อ่างเป็นพื้นที่กว้างสำหรับเก็บของขนาดใหญ่ ส่วนตรงกลางเป็นลิ้นชักไว้แยกเก็บของแต่ละประเภท ส่วนด้านขวาเป็นโต๊ะรับประทานอาหารสำหรับ 2 คน พับเก็บข้างในได้ พร้อมเว้นที่วางทีวีด้านข้างไว้ให้

ห้องน้ำ โถสุขภัณฑ์ สายชำระ และที่ใส่กระดาษชำระใช้ของอเมริกัน สแตนดาร์ด (American Standard) เป็นพลาสติก และเซรามิคสีขาว อ่างล้างน้ำใช้ของชาร์มเมอร์ (Charmer) เป็นอ่างอะคริลิกแบบแขวนลอย พร้อมกระจกเงาเหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้ง ขนาดประมาณ 1.20 x 0.70 เมตร ด้านข้างมีช่องสำหรับเก็บของและอุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องน้ำ ส่วนอาบน้ำมีการยกพื้นขึ้นมา ประมาณ 6 เซนติเมตร กันแบ่งส่วนด้วยฉากกันอาบน้ำแบบบานสไลด์ ฝักบัวอาบน้ำใช้ของเฮเฟล (Hafele) พร้อมที่วางสบู่ติดตั้งไว้ให้เรียบร้อย พร้อมพัดลมดูดอากาศ

ห้องนั่งเล่น มีระยะห่างจากการดูโทรทัศน์ประมาณ 2.5 เมตร ควรใช้โทรทัศน์ตั้งแต่ขนาด 32 – 55 นิ้ว สามารถวางโซฟาที่นั่ง 2 – 3 คนได้ พร้อมกับชั้นวางโทรทัศน์ ซึ่งให้มา 3 ส่วน ส่วนบนเป็นแบบเปิดขึ้น ไม่มีโซค ทำให้ไม่สามารถเปิดค้างไว้ได้ ส่วนช่วงกลางเป็นช่องเก็บของไม่มีหน้าบาน ส่วนล่างเป็นลิ้นชักสำหรับใส่อุปกรณ์ต่างๆ ตัวเคาน์เตอร์ยกสูงจากพื้น เพื่อกันความชื้น และทำความสะอาดง่าย

พื้นที่ระเบียง มีประตูบานสไลด์ เป็นกระจกใส ผนังนอกระเบียงด้านบนแขวนคอยล์ร้อน (Condensing Unit) 2 ตัว

ห้องนอน สามารถวางเตียง 5 ฟุตได้ รมผนังมีช่องแสง 4 บาน เป็นบานติดตาย (Fixed) 2 บาน และบานกระทุ้ง 2 บาน สำหรับเปิดระบายอากาศภายในห้อง ผนังที่ด้านข้างเตียงสามารถวางโต๊ะหัวเตียงได้ ตู้เสื้อผ้า ออกแบบมาเป็นแบบบานสไลด์ พร้อมระบบไฟในตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง ขนาดกำลังพอดีกับพื้นที่พร้อมลิ้นชัก 2 ตัว



ภาพประกอบ 28 รูปแบบห้องของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: โสมชুমเมอ (2561b). รีวิวคอนโด Rich Park 2 @Taopoon Interchange.
(ออนไลน์)



ภาพประกอบ 29 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 30 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



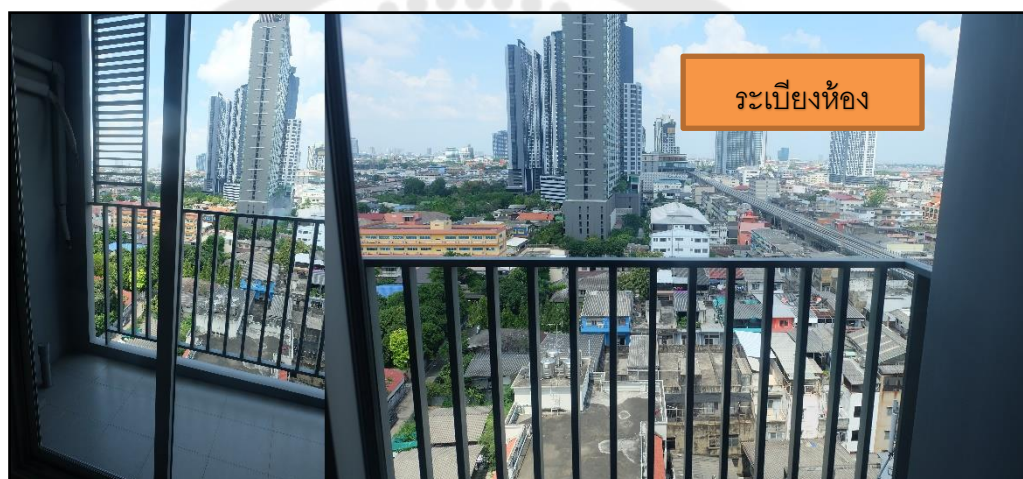
ภาพประกอบ 31 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 32 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 33 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ : บริเวณชั้น 1 มีร้านค้า 14 ยูนิต ทั้งร้านค้า ร้านกาแฟ ร้านซักรีด ช่วยอำนวยความสะดวกได้มาก โดยสิ่งอำนวยความสะดวกหลักอยู่บริเวณชั้น 5 ของโครงการ มีครบตามมาตรฐานของคอนโดมิเนียม ได้แก่ สระว่ายน้ำระบบเกลือ ขนาด 25 x 12 เมตร ลึก 1.20 เมตร พร้อมสระเด็กในตัลลึง 0.85 เมตร ห้องออกกำลังกาย ห้องซาวน่า ห้องน้ำแยกชายและหญิง พื้นที่รับรองสำหรับนั่งคอย หรืออ่านหนังสือ ทำงานได้ มีประตูกันแบ่งส่วนชัดเจน รวมถึงลิฟท์โดยสาร 2 ตัว และลิฟท์ขนของ 1 ตัว ที่จอดรถชั้น 1 – 4 การเข้าและออก

โครงการผ่านระบบ Keycard Access ส่วนหย่อมของโครงการ กล้องวงจรปิด อุปกรณ์ตรวจสอบ
ความร้อนภายในห้อง และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง



ภาพประกอบ 34 สาธารณูปโภคของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 35 สาธารณูปโภคของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 36 สาธารณูปโภคของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 37 สาธารณูปโภคของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เต่าปูน อินเทอร์เน็ต

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 38 สาธารณูปโภคของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเตอร์เชนจ์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคอนโดมิเนียมโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูน อินเตอร์เชนจ์ (Rich Park 2 @ Taopoon Interchange) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสม สำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะว่า ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกสบาย สามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจน อยู่ติดกับรถไฟฟ้าสายสีม่วง ซึ่งทางโครงการอยู่ใกล้กับสถานีเตาปูน ระยะห่างเพียง 60 เมตร และอยู่ติดถนนใหญ่สามารถใช้เส้นทางได้หลากหลาย ทั้งเข้าในเมือง และออกนอกเมือง

ความอุดมสมบูรณ์รอบโครงการใกล้แหล่งชุมชน ใกล้สถานที่ราชการ การคมนาคมมีความสะดวกทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัวและการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้าสายสีม่วง ซึ่งทางโครงการอยู่ใกล้กับสถานีเตาปูน

การออกแบบภายในตัวโครงการถือว่าดี ดูไม่อึดอัดตรงที่เป็นคอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise) สามารถเห็นวิวของรถไฟฟ้าและวิวแม่น้ำเจ้าพระยาได้ การออกแบบห้องมีให้เลือกอยู่หลากหลายขึ้นอยู่กับการต้องการของลูกค้า

ส่วนวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์นั้น ทางโครงการให้ห้องมาเป็นแบบแต่งเฟอร์นิเจอร์ให้ครบทั้งห้อง (Fully Furnished) ฝ้าเพดานทั้งห้องเป็นแบบฉาบเรียบทาสี พร้อมไฟดาวน์ไลท์ (Downlight) 2 ดวง ยกเว้นพื้นที่ระเบียงเป็นไฟแบบกิ่ง 1 ดวง โถสุขภัณฑ์ สายชำระ และที่ใส่กระดาษชำระใช้ของอเมริกัน สแตนดาร์ด (American Standard) อ่างล้างหน้าใช้ของชาร์มเมอร์ (Charmer) ผักบัวอาบน้ำใช้ของเฮเฟลด์ (Hafele) ซึ่งเป็นมาตรฐานของคอนโดมิเนียมทุกๆ ไป

สาธารณูปโภคมีให้ครบตามมาตรฐานของคอนโดมิเนียม ได้แก่ ลิฟต์บัส เมล์บ็อกซ์ สระว่ายน้ำระบบเกลือพร้อมสระเด็กในตัว ห้องออกกำลังกาย ห้องซาวน่า ห้องน้ำแยกชายและหญิง สวนหย่อมรอบโครงการ ลิฟต์โดยสาร 3 ตัว เทียบกับอัตราส่วนความหนาแน่นอยู่ที่ 267 ยูนิตต่อลิฟต์โดยสาร 1 ตัว คอนโดมิเนียมของโครงการนี้เหมาะกับผู้ที่ทำงานในย่านนี้ หรือทำงานในเมือง สามารถใช้รถยนต์หรือรถไฟฟ้าในการเดินทาง และมีงบประมาณในการซื้อคอนโดมิเนียมราคาระดับกลาง และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ ที่พักอาศัยชั้น 6 – 26 แปลงการจัดวางห้องมีความหนาแน่น เพราะแต่ละชั้นมีจำนวนห้องมากถึง 34 ยูนิตต่อชั้น ทำให้ในเวลาช่วงโมงเร่งด่วนอาจต้องรอลิฟท์นานได้

2. โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น (Metro Sky Phachachuen)

- 2.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด
- 2.2 สถานที่: บางซื่อ
- 2.3 ระยะห่างจากสถานี: 200 เมตร
- 2.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)
- 2.5 จำนวนอาคาร: 3 อาคาร
- 2.6 จำนวนชั้น: อาคาร A 25 ชั้น, อาคาร B 21 ชั้น, อาคาร C 23 ชั้น
- 2.7 จำนวนห้อง: อาคาร A 491 ยูนิต, อาคาร B 375 ยูนิต, อาคาร C 480 ยูนิต
รวมทั้งสิ้น 1,319 ยูนิต
- 2.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:
 - 2.8.1 อาคาร A ชั้นที่ 1
 1 Bedroom / 39.70 – 47.87 / 8 ยูนิต
 จำนวนห้องต่อชั้น 8 ยูนิต
 - 2.8.2 อาคาร A ชั้นที่ 2 - 11
 1 Bedroom / 26.55 – 36.40 ตารางเมตร / 20 ยูนิต
 จำนวนห้องต่อชั้น 20 ยูนิต

2.8.3 อาคาร A ชั้นที่ 12 – 16

1 Bedroom / 34.19 – 35.80 ตารางเมตร / 15 ยูนิต

1 Bedroom (Moff) / 35.90 – 47.65 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 20 ยูนิต

2.8.4 อาคาร A ชั้นที่ 17 - 24

1 Bedroom / 34.19 – 35.60 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

1 Bedroom (Moff) / 35.90 – 47.65 ตารางเมตร / 18 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 20 ยูนิต

2.8.5 อาคาร B ชั้นที่ 7 - 21

1 Bedroom / 26.55 – 35.67 ตารางเมตร / 23 ยูนิต

2 Bedroom / 45.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 25 ยูนิต

2.8.6 อาคาร C ชั้นที่ 1

ร้านค้า / 24.71 / 1 ยูนิต

1 Bedroom / 24.71 – 33.27 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 21 ยูนิต

2.8.7 อาคาร C ชั้นที่ 2

1 Bedroom / 24.47 – 33.27 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.40 – 45.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 22 ยูนิต

2.8.8 อาคาร C ชั้นที่ 3 – 8

1 Bedroom / 24.71 – 33.27 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.40 – 45.10 ตารางเมตร / 3 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 23 ยูนิต

2.8.9 อาคาร C ชั้นที่ 9 – 12

1 Bedroom / 24.87 – 33.35 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.56 – 45.17 ตารางเมตร / 3 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 23 ยูนิต

2.8.10 อาคาร C ชั้นที่ 14 - 15

1 Bedroom / 24.87 – 33.35 ตารางเมตร / 21 ยูนิต

2 Bedroom / 43.56 – 45.17 ตารางเมตร / 1 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 22 ยูนิต

2.8.11 อาคาร C ชั้นที่ 16 - 22

1 Bedroom / 24.87 – 33.35 ตารางเมตร / 20 ยูนิต

2 Bedroom / 43.56 – 45.17 ตารางเมตร / 3 ยูนิต

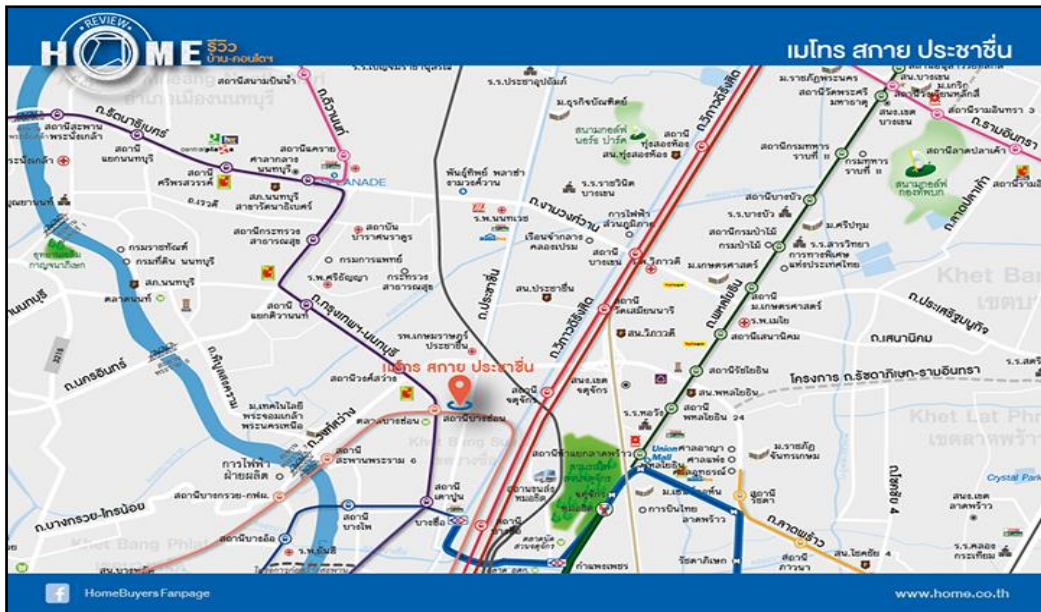
จำนวนห้องต่อชั้น 23 ยูนิต

2.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 2.45 ล้านบาท

2.10 จำนวนที่จอดรถ (%): 36%

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : โครงการอยู่ใกล้ระบบรถไฟฟ้าสองระบบ คือ รถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีบางซื่อ ซึ่งห่างจากโครงการเพียง 200 เมตร และอนาคตมีสายสีแดงอ่อน สถานีบางซื่อ ซึ่งเป็นจุดเด่นของโครงการ และอยู่บนถนนประชาชื่น เลียบคลองประปา พร้อมพื้นที่ส่วนกลางที่มีความน่าใช้งานอย่างยิ่ง ทำเลย่านประชาชื่นถือว่าเป็นทำเลที่อยู่อาศัยที่ได้รับความนิยม มีความสะดวกสบายในการเข้าเมืองและออกเมือง ถนนเส้นประชาชื่นสามารถเชื่อมต่อกับถนนหลายเส้นทาง ได้แก่ ถนนรัชดาภิเษก ที่สามารถตรงมา และข้ามถนนรัชดาภิเษกเพื่อเข้าเมืองมาฝั่งรัชดาภิเษก – พระราม 9 หรือลงช่วงวิภาวดีเพื่อเข้าเมืองมุ่งหน้าฝั่งดินแดน หรือมาทางเลียบคลองประปาเพื่อมาถนนแจ้งวัฒนะได้ เพราะย่านนี้รวมศูนย์ราชการไว้มากมาย หรือออกมาทางฝั่งจรัญสนิทวงศ์ โดยใช้เส้นทางวงศ์สว่างก็ถือว่าสะดวกจุดขึ้น – ลงทางด่วนห่างจากหน้าโครงการประมาณ 2 กิโลเมตร



ภาพประกอบ 39 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: โสม (2558). รีวิวคอนโด เมโทร สกาย บางซื่อ - ประชาชื่น ใกล้รถไฟฟ้าสายสีแดง (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 40 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 41 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 42 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 43 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

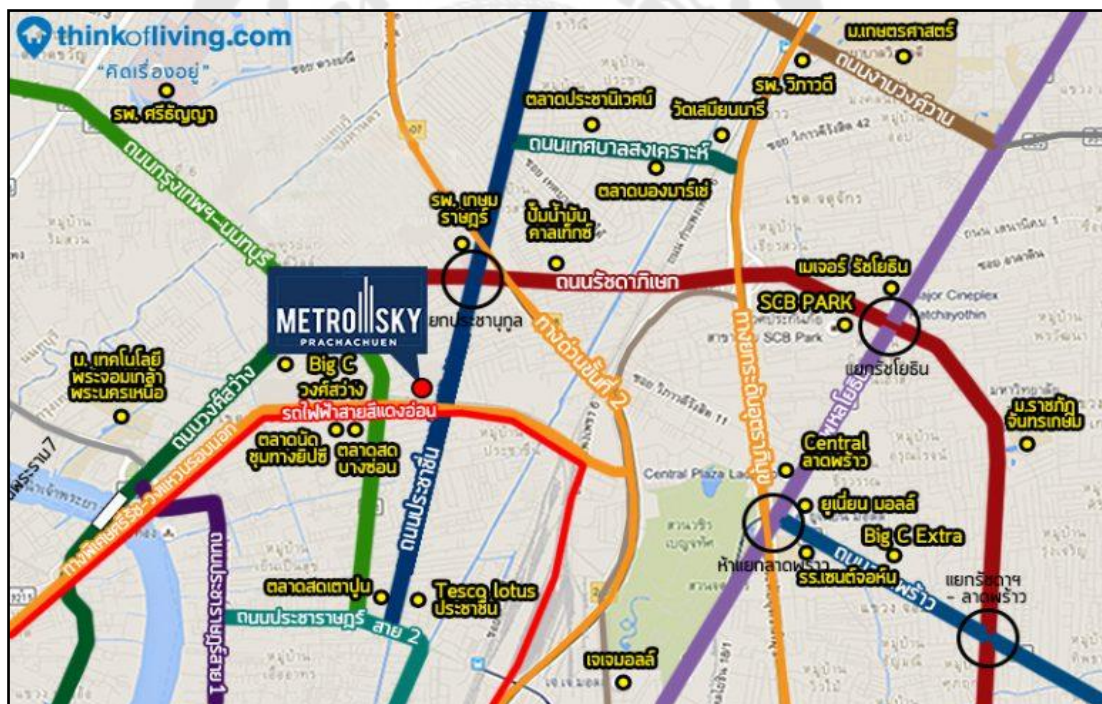
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 44 ทำเลที่ตั้งของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : บริเวณภายในโครงการมีร้านค้าปลีก เซเว่น อีเลฟเว่น (7-11) และรอบโครงการมีร้านค้า ร้านอาหารอยู่มากมาย ตลอดเส้นทางถนน ประชาชื่น ความอุดมสมบูรณ์หลักๆ อยู่ตรงบริเวณแยกประชาชื่นที่มีตลาดเตาปูน เทสโก้ โลตัส ประชาชื่น หรือช่วงถนนประชาชื่นตัดกับถนนงามวงศ์วานมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน พันทิพย์งามวงศ์วาน โฮมโปร เป็นต้น แต่ถ้ามาทางถนนกรุงเทพฯ - นนทบุรี ซึ่งเป็นถนนที่ขนานกับถนนประชาชื่น เป็นย่านที่มีความอุดมสมบูรณ์ในระดับหนึ่ง ที่อยู่ใกล้กับโครงการ ได้แก่ ตลาดบางซ้อน บิ๊กซี วงศ์สว่าง ส่วนสถานที่สำคัญที่อยู่ใกล้กับโครงการ ได้แก่ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย สำนักงานเขตบางซื่อ โรงเรียนโยธินบูรณะ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ รัฐสภาใหม่ โรงเรียนสามเสน 2 และ สถานีขนส่งหมอชิต



ภาพประกอบ 45 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

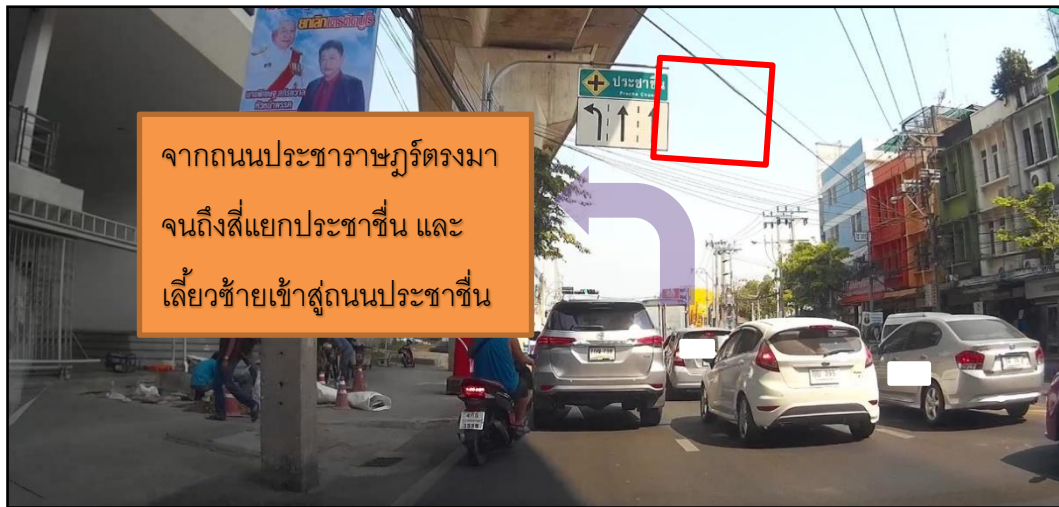
ที่มา: ริงออปลิฟวิง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติดสถานีรถไฟฟ้าบางซ้อน บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวบับที่ 1399] (ออนไลน์)

ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีความสะดวกมากในการ เข้า - ออกเมือง สามารถเชื่อมต่อกับถนนหลายสายอย่างสะดวก เช่น ถนนรัชดาภิเษก ถนนวิภาวดี ถนนแจ้งวัฒนะ เป็นต้น แต่ในช่วงโมงเร่งด่วนอาจเจอกับปัญหาการจราจรที่ติดขัด และการเดินทาง โดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ มีให้เลือกใช้บริการหลากหลาย ทั้งรถตู้สาธารณะ รถประจำทาง รถแท็กซี่ และมอเตอร์ไซด์รับจ้าง เพราะโครงการอยู่ติดกับถนนใหญ่ ประชาชน หรือใช้บริการรถไฟฟ้าที่เปิดให้บริการในปัจจุบัน คือ สายสีม่วง (บางใหญ่ - เตาปูน) สถานีที่ใกล้โครงการมากที่สุด คือ สถานีบางซื่อ ระยะห่างเพียง 200 เมตร และในอนาคตจะมีรถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อน (ตลิ่งชัน - บางซื่อ) สถานีตรงนี้อยู่ติดกับด้านทางเข้าของโครงการ ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น



ภาพประกอบ 46 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ริงออฟฟิฟวิ่ง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติดสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวฉบับที่ 1399] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 47 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 48 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 49 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



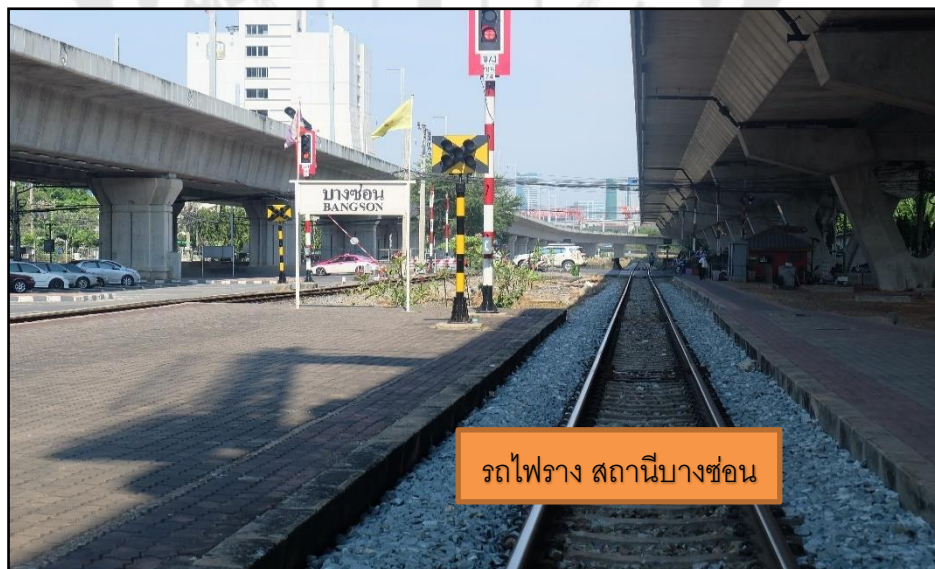
ภาพประกอบ 50 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 51 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 52 การคมนาคมของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการออกแบบของโครงการ : คอนโดมีเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise) 3 อาคาร แบ่งเป็น อาคาร A สูง 25 ชั้น อาคาร B สูง 21 ชั้น และอาคาร C สูง 23 ชั้น แนวคิดในการออกแบบคือ Diamond Shape Building Skin ให้คุณใช้ชีวิตเห็นระดับวิวขอบฟ้าได้ทุกองศา โดยให้ความสำคัญกับความกว้างและโปร่งของพื้นที่อยู่อาศัย ประกอบกับการได้วิวแบบมุมกว้าง มีการออกแบบสไตล์โมเดิร์น (Modern) มีการออกแบบห้องพักอาศัยที่ลงตัวและหลากหลาย ทั้งแบบปกติที่มีความสูงจากพื้นถึงฝ้า 2.6 เมตร และห้องดีไซน์พิเศษแบบดูเพล็กซ์ (Duplex) ที่มีความสูงจากพื้นถึงฝ้า 4.5 เมตร ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้านสองชั้น เพิ่มพื้นที่ใช้สอยในแนวตั้งสำหรับการอยู่อาศัย ภายในโครงการแบ่งพื้นที่ส่วนกลางออกมาอย่างชัดเจน ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกบ้านในโครงการ สามารถเข้าถึงง่ายและเน้นพื้นที่สีเขียวและพื้นที่พักผ่อนต่างๆ ที่ให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเลือกใช้งานตามความเหมาะสม อาคาร A อยู่ด้านหน้าของโครงการ ใกล้เคียงทางเข้า - ออกของโครงการ ส่วนอาคาร B อยู่ถัดเข้ามาด้านในของพื้นที่โครงการ โดยเหมาะกับคนใช้รถยนต์ เพราะอาคารนี้มีที่จอดรถในอาคาร และมีส่วนกลางหลักๆ ของโครงการอยู่ภายในอาคารนี้ ส่วนอาคาร C อยู่ถัดเข้ามาด้านในของพื้นที่โครงการ เป็นอาคารที่เหมาะสมกับลูกบ้านที่รักความเงียบสงบ บริเวณรอบโครงการ ทิศเหนืออยู่ติดกับอาคารพาณิชย์สูง 4 – 5 ชั้น ถัดออกไปเป็นบ้านพักอาศัย 2-3 ชั้น มองเห็นวิวระยะไกลของย่านประชาชื่น ส่วนมากเป็นที่พักอาศัยแนวราบทิศตะวันออกอยู่ติดกับถนนประชาชื่น บ้านพักอาศัย 1-2 ชั้น ทางด้านหน้าโครงการ ถัดออกไปเป็นแนวคลองประปา มองเห็นวิวระยะไกลของย่านประชาชื่นและแนวถนนประชาชื่น แนวคลองประปาที่อยู่ติดกับถนนประชาชื่น โดยส่วนมากเป็นที่พักอาศัยแนวราบ ทิศใต้ติดกับเส้นทางรถไฟเส้นทางยกระดับรถไฟฟ้าสถานีบางซื่อ ถัดออกไปเป็นเส้นทางยกระดับเส้นทางด่วนใหม่ “ทางพิเศษศรีรัช – วงแหวนรอบนอกฯ” ทิศตะวันตกติดกับบ้านพักอาศัย 1 – 2 ชั้น และพื้นที่ว่างเปล่า มองเห็นวิวระยะไกลของย่านประชาชื่น บางซื่อ และเส้นทางยกระดับเป็นเส้นทางด่วนใหม่ “ทางพิเศษศรีรัช – วงแหวนรอบนอกฯ” โดยภาพรวมของสิ่งปลูกสร้างรอบโครงการไม่มีอาคารสูงระยะประชิด ส่วนมากเป็นพื้นที่โล่ง อาคารพักอาศัยไม่สูงมากนัก ทำให้ได้วิวแบบเปิดโล่ง

อาคาร A ชั้น 1 เป็นส่วนกลางทั้งหมด มีแนวทางเดินสามารถเชื่อมต่อกัน ได้แก่ ลิฟต์ บันไดหนีไฟ 2 ตำแหน่ง มีลิฟท์เซอร์วิส (Service) สำหรับขนของต่างๆ ที่บริเวณด้านหัวและด้านท้ายอาคารของทั้งสองด้านรอบๆ ตัวตึกจัดเป็นพื้นที่สีเขียว ชั้น 2 – 11 ของอาคาร A เป็นส่วนพักอาศัยทั้งหมดจัดวางห้องพักไว้สองฝั่งทางเดินตรงกลางแบบ Double Corridor ตามแนวคิดรูปตัวทรงแทง มีห้องพักทั้งหมด 21 ห้อง ชั้น 12 – 24 ของอาคาร A เป็นส่วนพักอาศัยทั้งหมด โดยจะเป็น

ห้องแบบ MOFF Design จึงใช้พื้นที่แนวตั้งเหมือนห้อง 2 ชั้น จัดวางห้องพักไว้สองฝั่งทางเดินตรงกลางแบบ Double Corridor ตามแนวตึกรูปตัวทรวง I มีห้องพักทั้งหมด 21 ห้อง

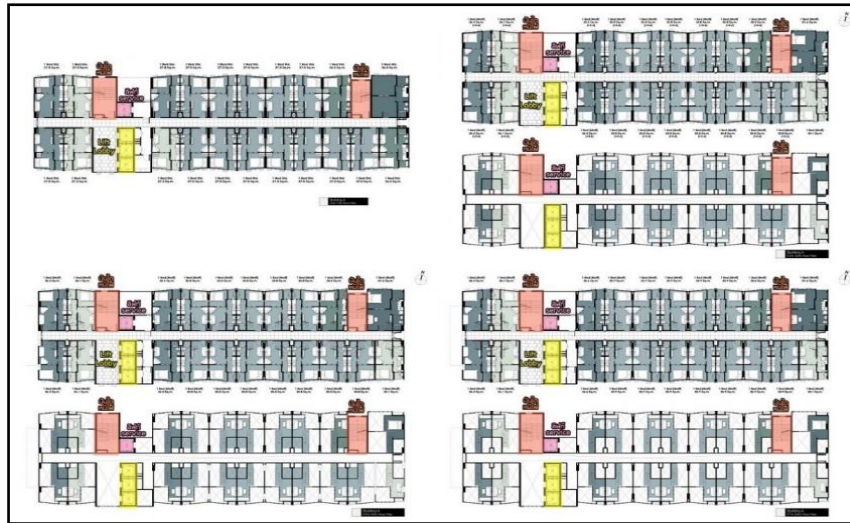
อาคาร B ชั้น 1 – 6 เป็นส่วนกลางทั้งหมด ได้แก่ ล็อบบี้ เมลท์บ็อกซ์ ถัดเข้ามาด้านในเป็นโถงลิฟท์ และสำนักงานของโครงการ ภายในตัวอาคารมีลิฟท์โดยสาร 3 ตัว มีบันไดหนีไฟ 2 ตำแหน่ง มีลิฟท์เซอร์วิส (Service) 1 ตัว สำหรับขนของต่างๆ ที่บริเวณด้านหัวและด้านท้ายอาคารของทั้งสองด้าน ถัดมาเป็นพื้นที่สำหรับจอดรถ โดยบนอาคารชั้น 1 – 6 และมีที่จอดรถในชั้นใต้ดินลงไป 1 ชั้น จากที่จอดรถมีบันไดเชื่อมลงมายังส่วนล็อบบี้ ในชั้น 1 ได้ บริเวณชั้น 7 ของอาคาร B จัดพื้นที่ส่วนกลาง สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ไว้ร่วมกับส่วนพักอาศัย แต่มีการแบ่งแยกโซนออกจากกันอย่างชัดเจน โดยสระว่ายน้ำ และพื้นที่สวนพักผ่อน มีแนวทางเชื่อมสามารถเดินไปใช้งานห้องออกกำลังกายและส่วนห้องน้ำ - อาบน้ำ แยกชาย - หญิง ด้านในมีห้องซาวน่าไว้ให้บริการ ในชั้นนี้มีห้องพักทั้งหมด 20 ห้อง ชั้น 8 - 24 ของอาคาร B ชั้นนี้จัดเป็นห้องพักอาศัยทั้งหมด จัดวางห้องพักไว้สองฝั่งมีทางเดินตรงกลางแบบ Double Corridor ตามแนวอาคารรูปทรวงตัว L มีห้องพักทั้งหมด 25 ห้อง แต่ชั้นที่ 16 -24 มีห้องพักทั้งหมด 24 ห้อง

อาคาร C ชั้น 1 เริ่มจัดเป็นส่วนพักอาศัยทั้งหมด แบ่งพื้นที่ส่วนกลางบริเวณทางเข้าด้านหน้าอาคารเป็นล็อบบี้ เมลท์บ็อกซ์ และห้องน้ำส่วนกลาง ถัดเข้ามาด้านในเป็นโถงลิฟท์ ถัดมาเป็นห้องพักอาศัย จัดวางห้องพักไว้สองฝั่งมีทางเดินตรงกลางแบบ Double Corridor ตามแนวอาคารรูปทรวงตัว I มีห้องพักทั้งหมด 16 ห้อง และ 1 ร้านค้า ชั้น 2 ของอาคาร C เป็นส่วนของห้องพักอาศัย จัดวางห้องพักไว้สองฝั่ง มีทางเดินตรงกลางแบบ Double Corridor ตามแนวอาคารรูปทรวงตัว I มีห้องพักทั้งหมด 23 ห้อง ชั้น 19 -23 และ 16 -19 ของอาคาร C เป็นส่วนของห้องพักอาศัย จัดวางห้องพักไว้สองฝั่งมีทางเดินตรงกลาง แบบ Double Corridor มีห้องพักทั้งหมด 23 ห้อง ชั้น 14 – 15 ของอาคาร C จัดเป็นส่วนพักอาศัย ร่วมกับส่วนกลางของโครงการ มีสวนแบบในร่ม (Sky Terrace) จัดวางห้องพักไว้สองฝั่งมีทางเดินตรงกลาง แบบ Double Corridor มีห้องพักทั้งหมด 21 ห้อง ชั้น 16 – 19 ของอาคาร C จัดวางห้องพักไว้สองฝั่ง มีทางเดินตรงกลางแบบ Double Corridor มีห้องพักทั้งหมด 23 ห้อง

ห้องพักอาศัยแบบ 1 Bedroom โครงการจัดมาให้แบบ Fully Fitted และให้เฟอร์นิเจอร์ที่ติดตั้งกับภายในห้อง (Built in) ในครัวและห้องน้ำ เฟอร์นิเจอร์และการตกแต่งห้องส่วนใหญ่ลูกค้าต้องจัดการซื้อเอง รูปร่างของห้องเป็นทรวงสี่เหลี่ยมจตุรัส พื้นที่ห้องที่เข้ามาสามารถจัดห้องแบ่งส่วนอย่างชัดเจน สามารถจัดพื้นที่ภายในห้องได้ 5 ส่วน ได้แก่ ห้องนั่งเล่น ห้องครัว ห้องนอน ห้องน้ำ และระเบียงซักล้าง เมื่อเปิดประตูเข้ามาเจอกับห้องนั่งเล่น ถัดเข้ามา

เป็นพื้นที่ส่วนครัวและห้องนอนอยู่ริมด้านนอกสุด สามารถเปิดรับวิวและแสงสว่างได้ดี อีกทั้งยังช่วยระบายอากาศได้ดี เป็นครัวปิดมีบานเลื่อนกันเป็นสัดส่วน มีชุดครัวแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ติดตั้งกับภายในห้อง (Built in) ให้มาโดยเชื่อมต่อออกไปส่วนระเบียงของตัวห้อง สำหรับเป็นพื้นที่ซักล้างตากผ้า และแขวนคอยลิรอน (Condensing air) ของตัวห้อง อีกฝั่งของห้องจัดเป็นพื้นที่ห้องน้ำ มีการแบ่งพื้นที่การใช้งานฝั่งเปียกและฝั่งแห้ง อุปกรณ์ภายในห้องน้ำหลักๆ ครอบคลุมที่ต่อการใช้งาน เน้นการระบายอากาศ ทางโครงการติดตั้งพัดลมดูดอากาศไว้ให้ สำหรับห้องนอนมีผนัง และประตูบานเปิดทางเข้า แบ่งพื้นที่การใช้งานออกเป็นสัดส่วนชัดเจนเพื่อความเป็นส่วนตัวภายในห้องนอนจัดพื้นที่สำหรับเตียงขนาด 5 ฟุต ติดหน้าต่างบานกระทุ้งบานใหญ่ 2 ตำแหน่ง สามารถเปิดรับแสงและระบายอากาศได้ดี

ห้องแบบ 1 Bedroom (MOFF) มีจุดเด่นตรงที่พื้นที่ใช้สอยมีชั้นลอยเหมือนกับบ้าน 2 ชั้น และมีความสูงจากพื้นถึงฝ้า 4.5 เมตร โครงการจัดมาให้แบบ Fully Fitted และให้เฟอร์นิเจอร์ที่ติดตั้ง กับภายในห้อง (Built in) ในครัวและห้องน้ำ พื้นที่ภายในห้องสามารถแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ห้องนั่งเล่น ที่ชั้น 1 ห้องนั่งเล่นที่ชั้น 2 ห้องครัว ห้องนอน ห้องน้ำ และระเบียงซักล้าง เมื่อเปิดประตูเข้ามาพบกับห้องนั่งเล่นที่ชั้น 1 ก่อน ถัดเข้ามาเป็นพื้นที่ห้องนอนมีประตูบานเลื่อนแบ่งสัดส่วนอย่างชัดเจน เพื่อความเป็นส่วนตัว ภายในห้องสามารถตั้งเตียงขนาดใหญ่ 5 ฟุตได้ อยู่ติดหน้าต่างบานใหญ่ มองเห็นวิวได้เต็มที่ และมีบานกระทุ้ง 2 ตำแหน่ง สามารถเปิดรับแสงธรรมชาติและระบายอากาศได้ดี ส่วนเป็นครัวปิดมีบานเลื่อนกันเป็นสัดส่วน มีชุดครัวแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ติดตั้งกับภายในห้อง (Built in) ให้มาโดยเชื่อมต่อออกไปส่วนระเบียงของตัวห้อง สำหรับเป็นพื้นที่ซักล้างตากผ้า และแขวนคอยลิรอน (Condensing air) ของตัวห้อง ด้านในสุดของห้องเป็นห้องน้ำ มีการแบ่งพื้นที่การใช้งานฝั่งเปียกและฝั่งแห้ง อุปกรณ์ ภายในห้องน้ำหลักๆ ครอบคลุมที่ต่อการใช้งาน จากห้องนั่งเล่นชั้นล่าง มีบันไดเชื่อมต่อไปยังชั้น 2 ของตัวห้อง จัดพื้นที่ไว้เป็นส่วนอเนกประสงค์ สามารถจัดเป็นห้องนั่งเล่น ห้องทำงาน หรือห้องนอนได้ มีความสูงจากพื้นถึงฝ้า 2.5 เมตร จึงไม่รู้สึกอึดอัด สำหรับห้องแบบ 1 Bedroom (MOFF) ทางโครงการติดตั้งกลอนประตูดิจิทัล (Digital door lock)



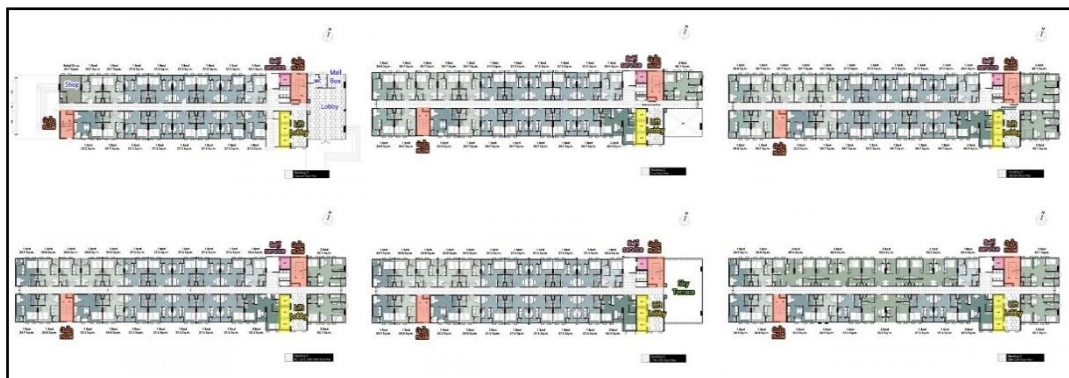
ภาพประกอบ 53 แปลนการออกแบบอาคาร A ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ริงออปพลิฟวิง (2560c). พาตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติดสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวนับที่ 1399] (ออนไลน์)



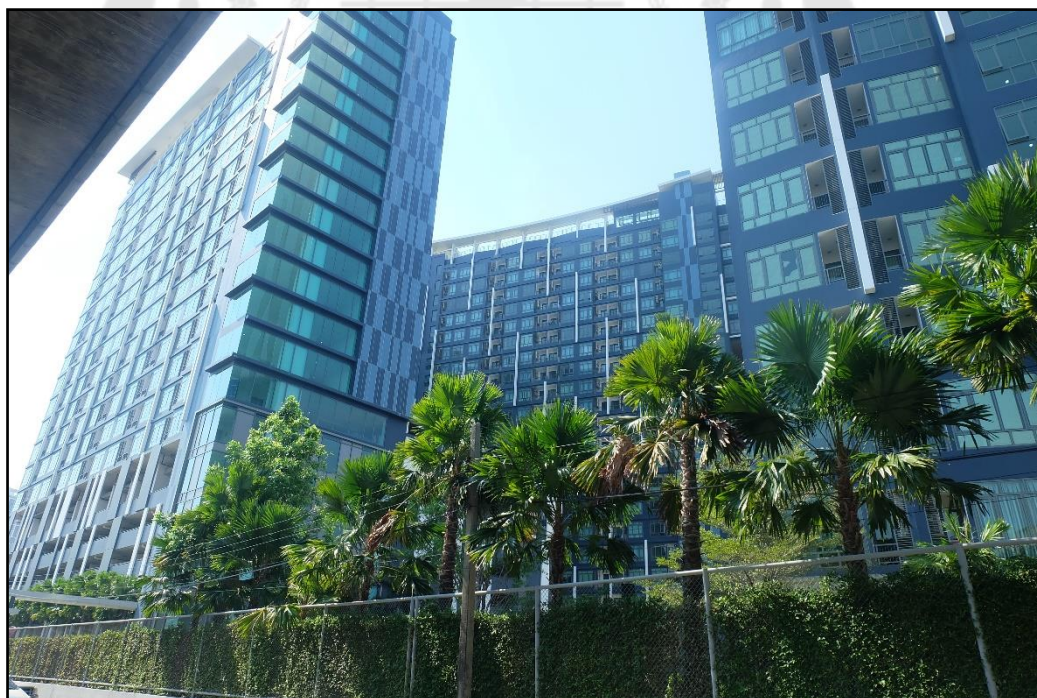
ภาพประกอบ 54 แปลนการออกแบบอาคาร B ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ริงออปพลิฟวิง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติดสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวนับที่ 1399] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 55 แปลนการออกแบบอาคาร C ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ริงออฟลิฟวิ่ง (2560c). **พาชมติกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโด**
ติดตั้งนิรภัยไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวฉบับที่ 1399]
 (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 56 อาคารของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : โครงการให้ครบตามมาตรฐาน แบบ Fully Fitted คือผู้พักอาศัยต้องตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องเอง จึงควรพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายในการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ไว้ ส่วนหนึ่ง ทางโครงการให้วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์มาดังนี้ ห้องแบบ 1 Bedroom ประตูห้อง เป็นประตูไม้ พร้อมมือจับแบบก้านโยกและกุญแจ มีตาแมวและป้ายเลขที่ห้องอยู่ทางผนังด้านข้างไว้พร้อมใช้งาน พื้นส่วนห้องทั้งหมดเป็นพื้นลามิเนตไม้ ห้องครัวและห้องน้ำปูพื้นกระเบื้อง ผนังห้องจริงเป็นผนังฉาบเรียบติดวอลเปเปอร์ (Wallpaper) ทั้งห้อง ไฟทั้งห้องเป็นแบบดาวนไลท์ (Downlight) ส่วนของประตูด้านในมีกันชนประตู (Door Stopper) ติดอยู่ที่พื้นหลังประตู เครื่องปรับอากาศให้ของมิตซูบิชิ (Mitsubishi) แบบ Split type ขนาด 12,000 BTU ติดตั้งอุปกรณ์ตรวจจับควันไฟ (Smoke detector) และหัวฉีด น้ำดับเพลิงระบบ Sprinkler ไว้ให้เรียบร้อย สำหรับสวิทช์ และปลั๊ก ภายในห้องทั้งหมดเป็นของบิตชีโน (Bticino) ทั้งหมด

ส่วนห้องน้ำ ชุดสุขภัณฑ์ต่างๆ ใช้ของคอตโต้ (Cotto) ทั้งหมด มีฉากกั้นอาบน้ำน้ำเป็นบานเปลือยกระจกนิรภัยใสพร้อมอุปกรณ์สแตนเลส ผ้าเพดานเป็นยิปซัมบอร์ดชนิดกันชื้น ติดพัดลมระบายอากาศ

ส่วนพื้นที่ครัว เป็นแบบครัวปิดมีฉากหรือประตูกันแบ่งพื้นที่ ตัวบานประตูเป็นบานเลื่อน 2 บาน เป็นประตูบานอลูมิเนียมกระจกใสเขียวกรองแสง พร้อมตัวล็อก ประกอบตัววางไว้ด้านบน ภายในครัว มีชุดครัวติดตั้งให้มา (Built in) ซึ่งทางโครงการมีให้ชุดอ่างล้างจานสี่เหลี่ยมขนาดกลาง 1 ช่อง ของแฟรงเก้ (Franke) ผนังติดกระเบื้องสามารถทำความสะอาดง่าย

ส่วนพื้นที่ระเบียงปูพื้นกระเบื้องเซรามิก ผนังด้านขวาแขวนคอยล์ร้อน (Condensing air) การทำแบบแขวนทำให้สามารถประหยัดพื้นที่ระเบียงได้

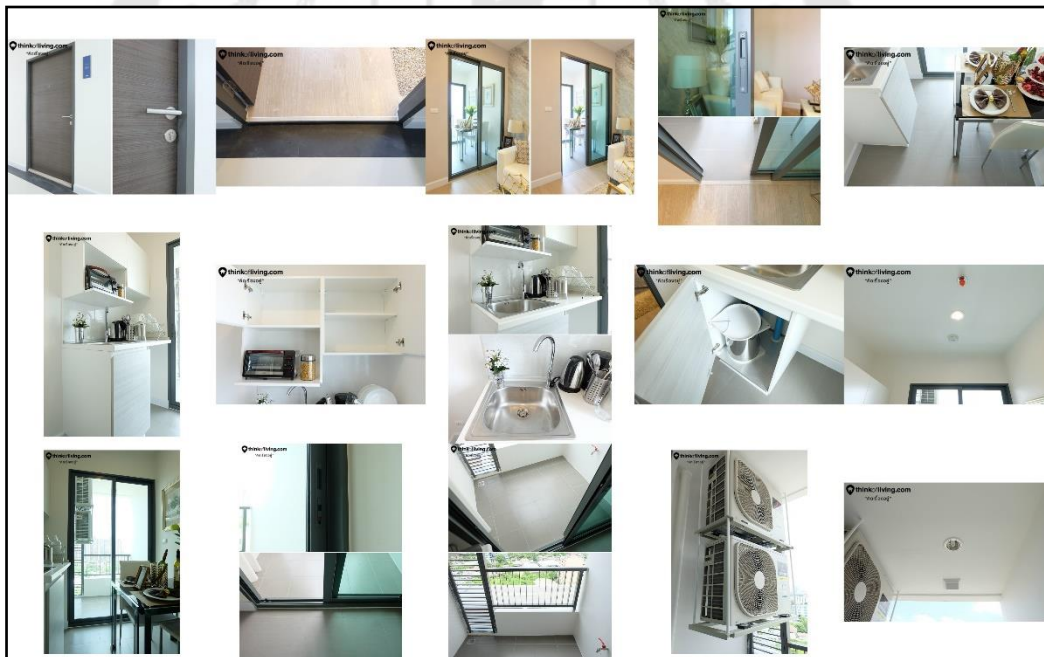
ส่วนห้องนอน ได้ชุดกระจกอลูมิเนียมกระจกใสเขียวตัดแสง มีทั้งหน้าต่างบานกระทุ้ง 2 ฝั่ง ตัวบานกระทุ้งมีความกว้างประมาณ 90 เซนติเมตร พร้อมมือจับและอุปกรณ์ตัวล็อก

และห้องแบบ 1 Bedroom (Moff) ให้วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์มาเหมือนกัน แต่ต่างกันตรงที่ทางโครงการติดตั้งกลอนประตูดิจิตอล (Digital door lock) ของซัมซุง (Samsung) หน้าต่างภายในห้องนอนเป็นหน้าต่างบานใหญ่ โดยตรงกลางเป็นหน้าต่างบาน Fix ส่วนสองฝั่งด้านข้างเป็นหน้าต่างบานกระทุ้งสองบาน หน้าต่างใช้กระจกใสเขียวตัดแสง และสำหรับบันไดเป็นโครงสร้างเหล็ก ปิดผิวพื้นบันไดด้วยกระเบื้องยางลายไม้



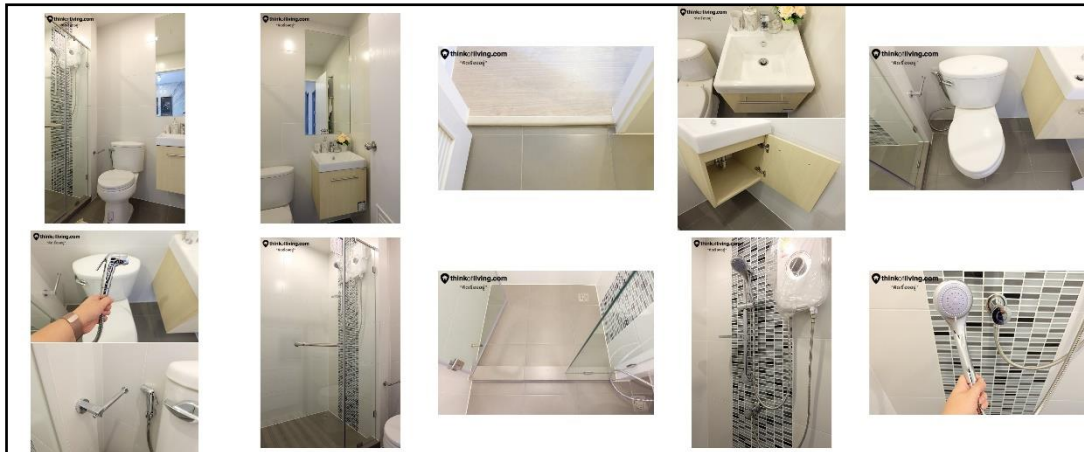
ภาพประกอบ 57 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ริงอพลีฟวิง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติด
สถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวนับที่ 1399] (ออนไลน์)



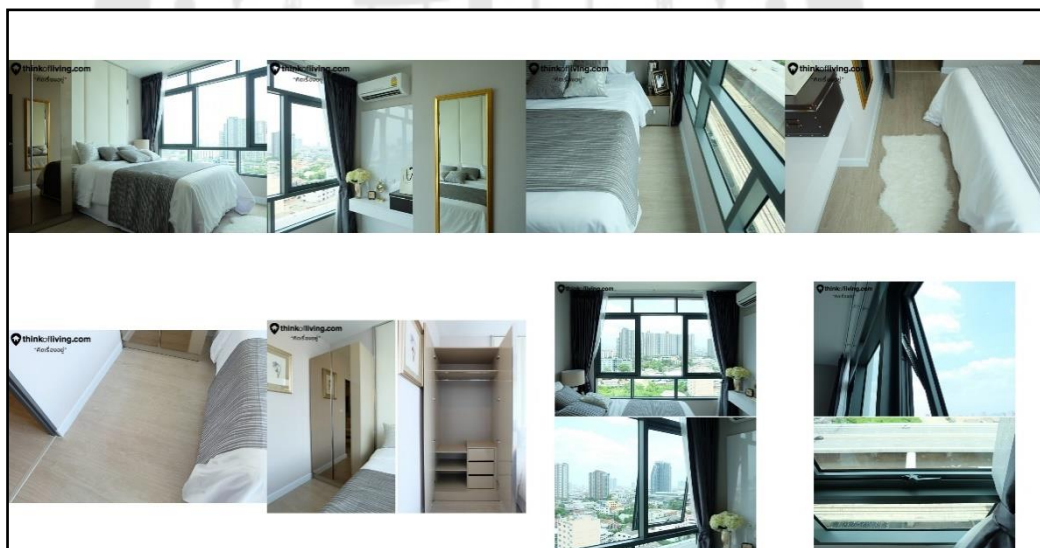
ภาพประกอบ 58 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ริงอพลีฟวิง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติด
สถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวนับที่ 1399] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 59 วัสดุ / เฟอริเนเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

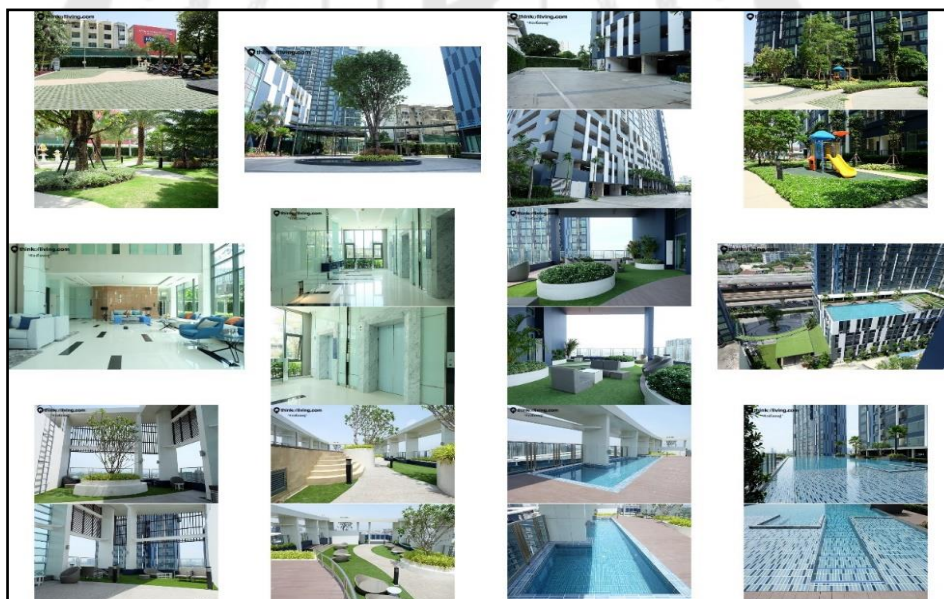
ที่มา: ธิงออฟลิฟวิ่ง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติด
สถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวดับที่ 1399] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 60 วัสดุ / เฟอริเนเจอร์ของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา: ธิงออฟลิฟวิ่ง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติด
สถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวดับที่ 1399] (ออนไลน์)

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ : มีให้เลือกใช้หลากหลาย เพราะโครงการมีขนาดใหญ่ ผู้พักอาศัยค่อนข้างมาก มีการจัดการส่วนกลางออกมาให้เพียงพอเป็นอย่างดี มีพื้นที่สีเขียวทั้งชั้นล่างและชั้นบนให้ได้พักผ่อน อาคาร A ประกอบด้วย ล็อบบี้ ร้านค้า สกายเลานจ์ (Sky lounge) ชั้น 25 และสระขนาดเล็กไว้สำหรับแช่ตัว (Dip pool) ชั้น 25 สิ่งอำนวยความสะดวกหลักๆ ของทางโครงการอยู่ชั้น 7 อาคาร B ประกอบด้วย ล็อบบี้ สระว่ายน้ำระบบเกลือมีสระเด็กในตัว ชั้น 7 สระน้ำบนดาดฟ้า (Pool deck) ห้องออกกำลังกาย ห้องซาวนึ่งแยกชาย - หญิง ห้องน้ำและอาบน้ำแยกชาย - หญิง อาคาร C ประกอบด้วย ล็อบบี้ พื้นที่พักผ่อนแบบในร่ม (Sky Terrace) ชั้น 14 สวนหย่อมกลางแจ้ง บนดาดฟ้า (Sky Garden) ชั้น 21 สระขนาดเล็กไว้สำหรับแช่ตัว (Dip pool) ชั้น 23 และสิ่งอำนวยความสะดวกครบโครงการ ประกอบด้วย สนามเด็กเล่น สวนหย่อมรอบโครงการ ลิฟท์โดยสาร 3 ตัว ต่อ 1 อาคาร แบบลิฟต์ชั้น ลิฟท์ขนของ 1 ตัว ผู้รักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง กล้องวงจรปิดแบบระบบ CCTV และ การเข้า - ออก โครงการผ่านคีย์การ์ด (Access Card) ส่วนกลางมีความเป็นมาตรฐาน ลูกบ้านสามารถใช้งานได้ทั่วถึง



ภาพประกอบ 61 สาธารณูปโภคของโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น

ที่มา:ริงออฟลิฟวิ่ง (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติดสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บนถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวบับที่ 1399] (ออนไลน์)

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคนโตมิเนียมโครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น (Metro Sky Phachachuen) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะว่า ทำเลที่ตั้งของโครงการใกล้ระบบรถไฟฟ้าสองระบบ คือ รถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีบางซื่อ ซึ่งห่างจากโครงการ เพียง 200 เมตร และอนาคตมีสายสีแดงอ่อน สถานีบางซื่อ ซึ่งเป็นจุดเด่นของโครงการ และอยู่ติดกับถนนประชาชื่น มีความสะดวกในการเข้า - ออกโครงการ สามารถเดินทางได้หลากหลายเส้นทาง ปัจจุบันชุมชนย่านนี้เริ่มกลายเป็นที่อยู่อาศัยในแนวสูงใหม่ สลับกับที่อยู่อาศัยแนวราบเดิม มีคนโตมิเนียมสร้างขึ้นตลอดเส้นทางถนนประชาชื่น

ความอุดมสมบูรณ์บริเวณรอบโครงการเต็มไปด้วยร้านค้า ร้านอาหารมากมาย เกิดจากย่านนี้เป็นชุมชนมาก่อน จึงมีความอุดมสมบูรณ์มากพอสมควร และยังอยู่ใกล้กับ สถานีที่ราชการ ตลาดสดบางซื่อ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ อีกด้วย

การคมนาคมถือว่ามีความสะดวกอย่างมาก สามารถเข้า - ออกเมืองได้หลายเส้นทาง เช่น ถนนรัชดาภิเษก ถนนวิภาวดี ถนนแจ้งวัฒนะ เป็นต้น การใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะนั้นทำให้เลือกหลากหลาย โดยบริเวณฝั่งตรงข้ามหน้าโครงการมีป้ายรถประจำทาง และวินมอเตอร์ไซค์รับจ้างให้บริการ รวมถึงการใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีม่วงซึ่งอยู่ใกล้กับสถานีบางซื่อ

การออกแบบโครงการเป็นรูปแบบสไตล์โมเดิร์น มีทั้งหมด 3 อาคาร โดยแต่ละอาคารมีการออกแบบพื้นที่ใช้งานที่แตกต่างกัน และรูปแบบห้องมีให้เลือกหลากหลายอีกเช่นกัน

วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ทางโครงการให้ครบตามมาตรฐาน รวมถึงสาธารณูปโภคส่วนกลางต่างๆ ที่ให้มาครบครัน โดยส่วนกลางหลักๆ ของโครงการอยู่ที่อาคาร B เช่น สระว่ายน้ำ ระบบเกลือ ห้องออกกำลังกาย ที่พักผ่อน เป็นต้น

โครงการนี้เหมาะกับ ผู้ที่ต้องการมีคอนโดมิเนียมย่านประชาชื่น ติดถนนใหญ่ และสามารถเดินทางได้สะดวกทั้งทางรถยนต์ส่วนตัวและระบบขนส่งสาธารณะ เน้นครอบครัวขนาดเล็ก - กลาง รูปแบบห้องมีความหลากหลาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เลือกใช้งานครบถ้วน และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ ทางโครงการอยู่ติดถนนใหญ่ประชาชื่น เสียบบดองประปา เป็นถนนที่ในช่วงเช้าและช่วงเย็นติดมาก จึงต้องคำนวณเวลาในการเดินทางให้แน่ชัด , การให้ห้องมาแบบ Fully Fitted อาจไม่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ไม่ชอบหรือไม่ถนัดกับการตกแต่งห้องเอง

3. โครงการศุภาลัย เวอรัันด้า รัชวิภา - ประชาชื่น (Supalai Veranda Ratchavipha - Prachachuen)

3.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

3.2 สถานี: บางซื่อ

- 3.3 ระยะห่างจากสถานี: 250 เมตร
- 3.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)
- 3.5 จำนวนอาคาร: 1 อาคาร
- 3.6 จำนวนชั้น: 29 ชั้น
- 3.7 จำนวนห้อง: 1,705 ยูนิต และร้านค้า 26 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 1,731 ยูนิต
- 3.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:
- ห้องสตูดิโอ / 31.50 – 33.00 ตารางเมตร
- 1 Bedroom / 42.50 – 45.00 ตารางเมตร
- 2 Bedroom / 65.50 – 70.50 ตารางเมตร
- 3.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 1.89 ล้านบาท
- 3.10 จำนวนที่จอดรถ (%): 50%

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา - ประชาชื่น

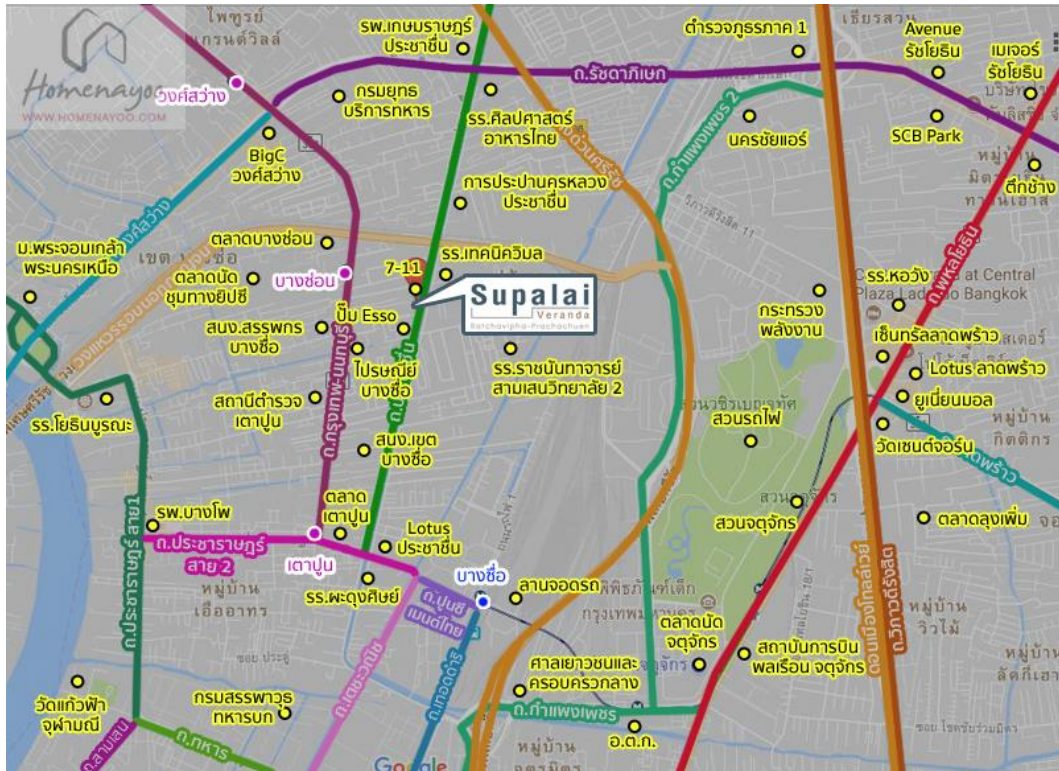
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : ถือว่าเป็นทำเลที่ดี เพราะโครงการอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง 250 เมตร โดยสามารถเข้า - ออก จากชอยกรุงเทพ - นนทบุรี 30 ได้ และห่างจากสถานีรถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อน สถานีบางซื่อประมาณ 500 เมตร โครงการตั้งอยู่บนถนนใหญ่ ประชาชื่น ระยะทางไม่ไกลจากแยกประชาชื่น ถนนรัชดาภิเษก ถนนกำแพงเพชร ทางด่วนศรีรัช ทำเลย่านประชาชื่นเป็นอาคารพาณิชย์และบ้านพักอาศัย สภาพแวดล้อมรอบโครงการเปิดโล่ง มีเพียงส่วนของ East Wing ห้องทางทิศเหนือที่ถูกอาคารของคอนโดมิเนียมยูดีไลท์ 3 ประชาชื่น - บางซื่อ (U Delights 3 Prachachuen – Bangsue) ปิดบังทัศนียภาพเท่านั้น ด้านหน้าโครงการทางซ้ายมีวินมอเตอร์ไซด์รับจ้างอยู่ด้านหน้า ถัดมาเป็นมีคอนโดมิเนียมเก่าอยู่ชื่อว่า “ประชาชื่น คอนโด” และบ้านพักอาศัยเดิมทำให้บริเวณนี้มีร้านค้า ร้านอาหารจำนวนมาก ส่วนด้านขวามือของโครงการมีป้ายรถประจำทาง ถัดมาเป็นร้านค้า ร้านอาหารอีกมากมาย และถัดออกมาเป็นโครงการเพื่อนบ้าน คือโครงการยูดีไลท์ 3 ประชาชื่น - บางซื่อ



ภาพประกอบ 64 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : อยู่ในระดับดี ภายในโครงการมีร้านค้าที่หลากหลายรองรับลูกค้าบ้านที่มีจำนวนยูนิตค่อนข้างมากได้เป็นอย่างดี ความอุดมสมบูรณ์หลักๆ อยู่ตรงบริเวณแยกประชาชื่นที่มีตลาดเตาปูน เทสโก้ โลตัส ประชาชื่น หรือช่วงถนนประชาชื่นตัดกับถนนงามวงศ์วาน มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน พันทิพย์งามวงศ์วาน โฮมโปร เป็นต้น แต่ถ้ามาทางถนนกรุงเทพฯ - นนทบุรี ซึ่งเป็นถนนที่ขนานกับถนนประชาชื่นเป็นย่านที่มีความอุดมสมบูรณ์ในระดับหนึ่ง ที่อยู่ใกล้กับโครงการ ได้แก่ ตลาดบางซ้อน บิ๊กซี วงศ์สว่าง ส่วนสถานที่สำคัญที่อยู่ใกล้กับโครงการ ได้แก่ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย สำนักงานเขตบางซื่อ โรงเรียนโยธินบูรณะ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ รัฐสภาใหม่ โรงเรียนสามเสน 2 และสถานีขนส่งหมอชิต เช่นเดียวกับโครงการเมโทร สกาย บางซื่อ - ประชาชื่น



ภาพประกอบ 65 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

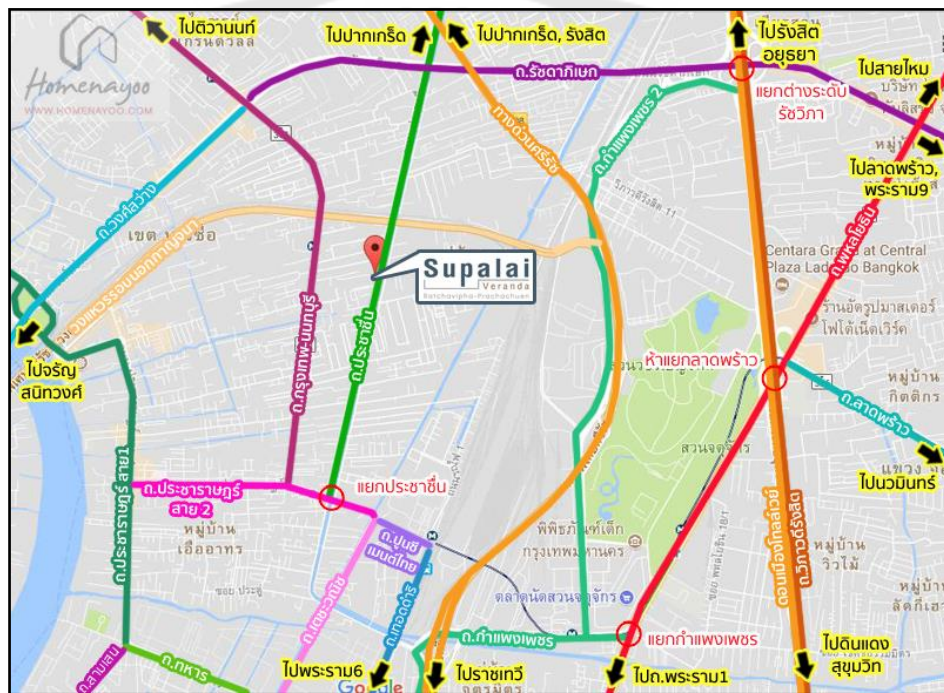
ที่มา: โสมน่าอยู่ (2560a). EP.886 รีวิว คอนโด ศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น
 ราคาเริ่มต้นที่ 1.89 ล้านบาท (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 66 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

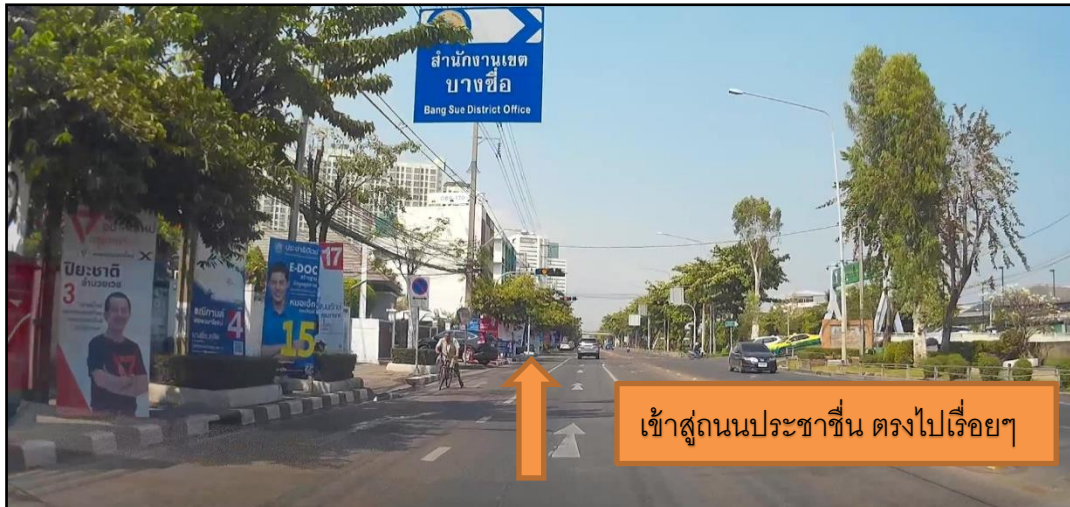
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีความสะดวกมาก เพราะถนนประชาชนสามารถใช้ได้หลากหลายเส้นทาง ทั้งเข้าเมืองโดยใช้เส้นทางชื้อรัชดาภิเษก หรือวิภาวดี นอกจากนั้นสามารถขึ้นทางด่วนที่อยู่ใกล้กับโครงการ ตรงบริเวณโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ และการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ มีรถไฟฟ้าสายสีม่วงห่างจากโครงการประมาณ 250 เมตร และรถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อน ระยะห่างออกไป 500 เมตร หากเป็นชั่วโมงเร่งด่วนอาจต้องใช้บริการมอเตอร์ไซค์รับจ้าง และสามารถเดินเรื่อยๆ ไปยังสถานีรถไฟฟ้าก็ได้ บริเวณนี้มีฟุตบอลสนามเดินได้ตลอดแนว ข้อดีของโครงการที่อยู่ติดถนนหลักประชาชนไม่ต้องเข้าซอยเปลี่ยว เรียกบริการระบบสาธารณะได้ง่ายและสะดวก



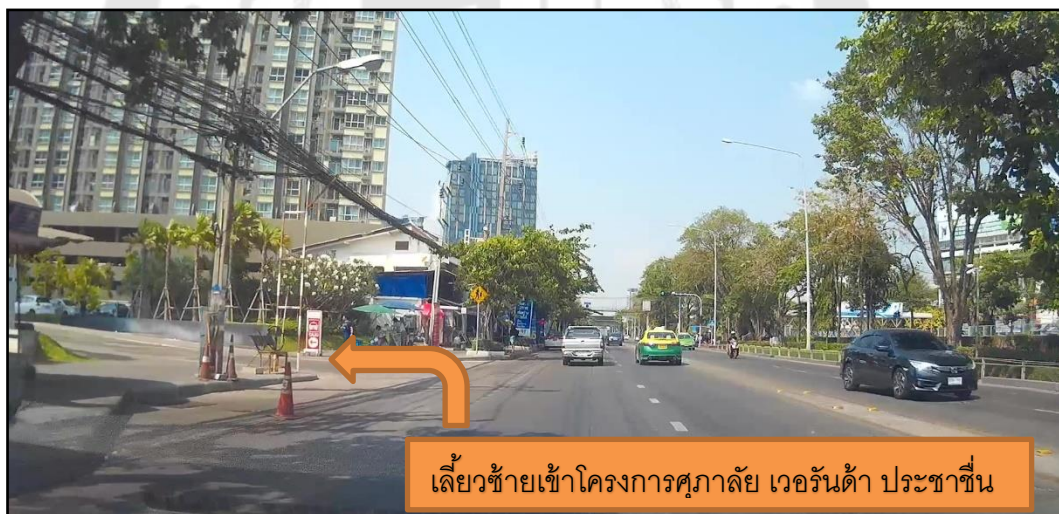
ภาพประกอบ 67 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: โหม่นอายุ (2560a). EP.886 รัชวิภา คอนโด ศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา - ประชาชื่น
ราคาเริ่มต้นที่ 1.89 ล้านบาท (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 68 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 69 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 70 การคมนาคมของโครงการศูนย์ เวอเรนด้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 71 การคมนาคมของโครงการศูนย์ เวอเรนด้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการออกแบบของโครงการ : โครงการตั้งเป็นแนวยาวโดยมีพื้นที่ส่วนกลางขนานกับตัวตึกซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ West Wing, Center Wing, East wing แต่อยู่ในอาคารเดียวกันโดยมีการเชื่อมทางเดินไว้ทั้ง 3 ส่วน ซึ่งแต่ละส่วนมีลิฟท์โดยสารและลิอบบี้แยกกัน และมีการตกแต่งภายในลิอบบี้กับโถงสีที่แตกต่างกันออกไป โครงการมีทั้งหมด 29 ชั้น ด้านหน้าโครงการเป็นชั้น Ground และถัดออกมาเป็นส่วนของชั้น 5 เป็นชั้นส่วนกลางหลัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ทั้งหมด และเป็นชั้นแรกของห้องพักอาศัย ส่วนกลางแยกเป็น 3 ส่วนโดยด้านหน้า West Wing และ East Wing เป็นส่วนให้ลูกบ้านได้พักผ่อนด้านในเป็นห้องพักอาศัย ส่วน Center Wing ด้านหน้าเป็นส่วนของสระว่ายน้ำ และภายในอาคารเป็นพื้นที่ส่วนกลางห้องต่างๆ เช่น ห้องออกกำลังกาย ห้องอ่านหนังสือ หานดูหนัง และคิส์คลับ (Kids Club) โดยที่ชั้น 1 – 4 เป็นที่จอดรถ ส่วนตั้งแต่ชั้น 6 ขึ้นไปเป็นห้องพักอาศัยทั้งหมด

ลิอบบี้ของส่วน Center Wing เป็นแนวความคิดที่ว่า Green หมายถึง สดชื่น รื่นรมย์กลางธรรมชาติเขียวขจี Refresh among natural “GREENERY” โดยส่วนนี้มีลักษณะและการตกแต่งภายนอกมีเส้นลายเป็นสีเขียว

ลิอบบี้ของส่วน East Wing เป็นแนวความคิดที่ว่า Gold หมายถึง สวยงาม ทรงคุณค่าดั่งทอง Enjoy infinite beauty of “GOLD” โดยส่วนนี้มีลักษณะการตกแต่งภายนอกมีเส้นลายเป็นสีเหลือง - ทอง

ลิอบบี้ของส่วน West Wing เป็นแนวความคิดที่ว่า Marine หมายถึง สุขสงบ เยือกเย็นกับสายน้ำ Cool down your lives with “MARINE” โดยส่วนนี้มีลักษณะการตกแต่งภายนอกมีเส้นลายเป็นสีน้ำเงิน

การออกแบบห้องนั้นศุภาลักษณ์ออกแบบมาได้อย่างดี ทั้งห้องแบบสตูดิโอ (Studio Room) หรือห้องแบบ 1 ห้องนอนสามารถอยู่ได้สบาย พื้นที่หลายส่วนสามารถใช้งานได้จริง ห้องสตูดิโอ (Studio Room) เหมาะกับการอยู่คนเดียวหรือสองคน เพราะพื้นที่ภายในห้องมีจำกัด ส่วนห้องแบบ 1 ห้องนอน (1 Bedroom) และ 2 ห้องนอน (2 Bedroom) มีพื้นที่ห้องมากกว่า สามารถวาง ตู้เก็บของเพิ่มเติมได้อีก สำหรับการออกแบบอาคารมีการแบ่งแนวคิดของโครงการอย่างเด่นชัด

การออกแบบห้อง Two Bedroom ถ้าหากเข้ามาเจอส่วนที่เป็นรับประทานอาหารก่อนสามารถวางโต๊ะอาหารสำหรับ 4 ที่นั่งได้ ถัดไปเป็นส่วนของห้องนั่งเล่น สามารถวางโซฟาขนาดใหญ่ได้ มีพื้นที่กว้างพอสมควร ถัดมาทางด้านขวาส่วนแรกเป็นห้องครัว สามารถวางเคาน์เตอร์เพิ่มเติมได้อีก และถัดไปเป็นห้องน้ำที่ใช้ร่วมระหว่างห้องนั่งเล่นกับห้องนอนเล็ก โดย

ห้องนอนเล็กสามารถวางเตียงขนาด 3 ฟุตได้ ส่วนห้องนอนหลัก (Master Bedroom) สามารถวางเตียงขนาด 6 ฟุตได้โดย ส่วนระเบียงห้องมีความกว้าง เพราะเป็นระเบียงที่เชื่อมระหว่างห้องนั่งเล่นกับห้องนอนหลัก โดยมีคอยล์ร้อน (Condensing air) กั้นตรงกลางไว้

การออกแบบห้อง Studio Room ถ้าหากเข้ามาเจอส่วนที่เป็นรับประทานอาหารและห้องนั่งเล่นก่อน ถัดไปเป็นส่วนของห้องนอน โดยปลายเตียงเป็นตำแหน่งที่ตั้งโทรทัศน์และโต๊ะทำงาน ห้องครัวเป็นแบบครัวปิด มีเคาน์เตอร์ให้เตรียมอาหาร ระเบียงห้องมีการวางคอยล์ร้อน (Condensing air) ซึ่งระเบียงมีความกว้างเพียง 1 เมตร แต่มีความยาว 2 เมตรกว่า จึงทำให้สามารถวางเครื่องซักผ้าได้ ห้องนอนสามารถวางเตียงขนาด 5 ฟุต ได้ ถัดมาเป็นห้องน้ำอยู่ด้านขวา ไม่มีเครื่องระบายอากาศเพราะอยู่ติดกับภายนอก ห้องครัวอยู่ติดกับห้องน้ำ มีประตูทางเข้าเป็นกระจกบานเลื่อน

การออกแบบห้อง One Bedroom ถ้าหากเข้ามาเจอส่วนที่ห้องนั่งเล่นก่อน ซึ่งมีพื้นที่กว้างพอสมควร สามารถวางโซฟาสำหรับ 2 – 3 คนได้ ถัดมาเป็นส่วนรับประทานอาหาร และฝั่งซ้ายสุดเป็นส่วนของห้องนอน มีประตูกระจกบานเลื่อนขนาดใหญ่กั้นห้องไว้อยู่ ทำให้ห้องนั่งเล่นได้รับแสงธรรมชาติสามารถระบายอากาศได้ดี ห้องครัวเป็นเคาน์เตอร์ยาวด้านเดียว โดยมีตู้เก็บของทั้งชั้นบน และชั้นล่าง ถัดไปเป็นระเบียง เป็นประตูกระจกบานเลื่อนทั้งบานทำให้แสงธรรมชาติเข้ามาได้เต็มที่ พื้นที่มีความกว้างพอสมควร ส่วนของห้องน้ำ มีฉากกั้นห้องน้ำแยกส่วนเปียกและส่วนแห้ง อ่างล้างหน้ามีพื้นที่สำหรับให้วางของ และตำแหน่งโถสุขภัณฑ์ สายฉีดชำระมีการติดตั้งที่สะดวกมากยิ่งขึ้น พร้อมติดตั้งเครื่องระบายอากาศ



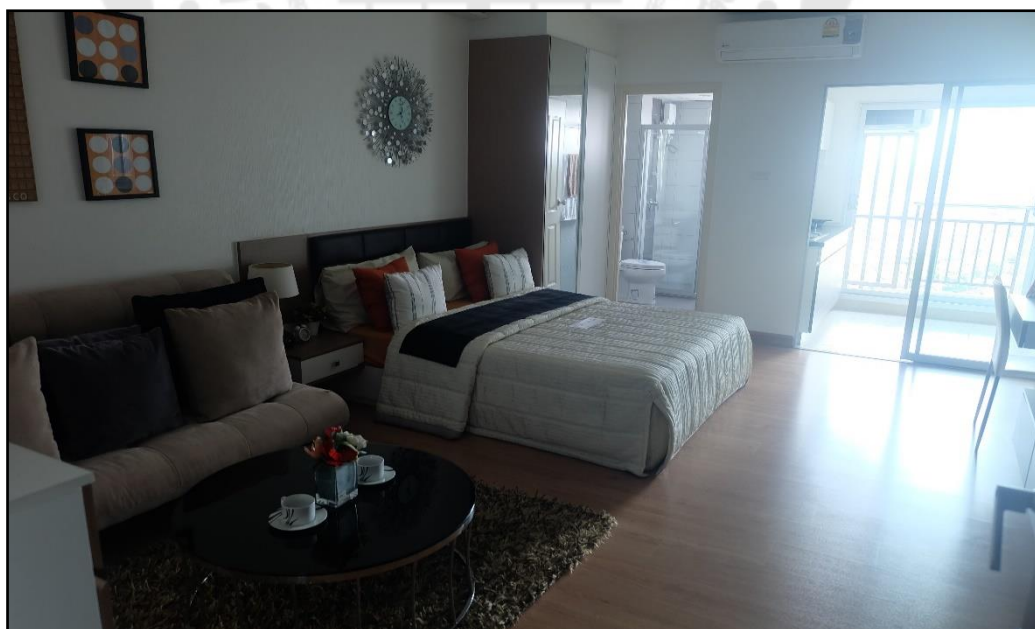
ภาพประกอบ 72 แปลนการออกแบบอาคารของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: โยมน่าอยู่ (2560a). EP.886 รีวิว คอนโด ศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น
ราคาเริ่มต้นที่ 1.89 ล้านบาท (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 73 อาคารของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

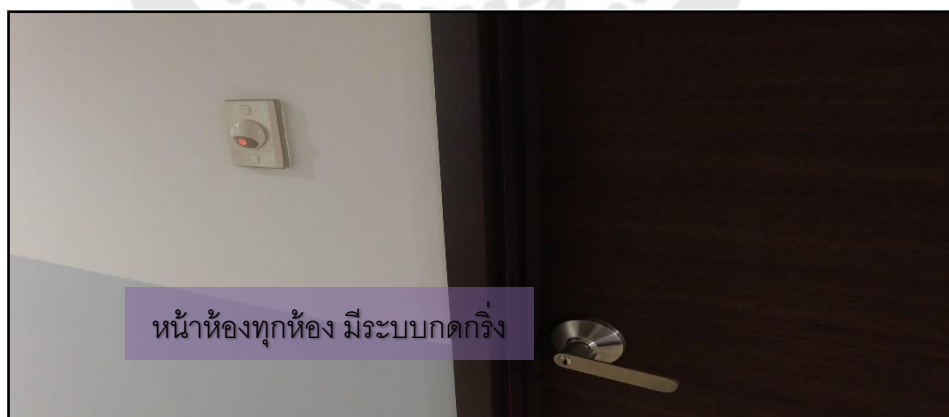
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 74 ห้องตัวอย่างของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : ศุภาลย์ออกแบบจัดมาให้พอสสมควร โครงการขายแบบ Fully Fitted โดยโครงการให้มาดังนี้ ชุดเคาน์เตอร์ครัว สุขภัณฑ์ เครื่องทำน้ำอุ่น ฉากกั้นอาบน้ำในห้องน้ำ เครื่องปรับอากาศ และวอลเปเปอร์ (Wallpaper) ให้ทุกห้อง ประตูเป็นประตูสำเร็จรูป ผิวลายไม้สีน้ำตาลเข้ม มีช่องตาแมว และหมายเลขห้องติดที่บ้านประตู มือจับเป็นแบบก้านโยก ด้านข้างมีกริ่งประตู พื้นในห้องเป็นลามิเนตมีความหนา 12 มิลลิเมตร สีโอ๊ค ธรณีประตูเป็นหินสังเคราะห์ลานหินสีเทา ผ้ามัดตั้งวอลเปเปอร์ไฟเป็นแบบโคมซาลาเปา ประตูห้องน้ำเป็นประตู UPVC สีขาว มือจับเป็นแบบลูกบิด ธรณีประตูเป็นหินสังเคราะห์สีเทา ห้องน้ำมีหน้าต่างกระจกบานกระทุ้งบานเล็ก เพื่อระบายอากาศ อ่างล้างหน้าและสุขภัณฑ์ทั้งหมดเป็นของคอตโต้ (Cotto) ส่วนอาบน้ำมีฉากกั้นเป็นกระจกนิรภัยแบบบานเลื่อน เครื่องทำน้ำอุ่นทางโครงการติดตั้งให้เป็นของอีเลคโตรลักซ์ (Electrolux) ห้องครัวมีประตูกันเป็นประตูกระจกบานเลื่อน พื้นเป็นกระเบื้องเซรามิกขนาด 30 x 30 เซนติเมตร เคาน์เตอร์มีความกว้าง ยาวด้านเดียว ภายในเป็นผนังเรียบทาสี ท็อปเคาน์เตอร์ใช้วัสดุเป็น PVC ลานหินสีดำ ด้านบนเป็นชั้นวางของและตู้ ถัดมาเหนือเคาน์เตอร์ผนังเป็นกระเบื้องเซรามิกสีเดียวกับพื้น ด้านล่างเป็นตู้เก็บของหน้าบานเป็นลามิเนตลายไม้สีน้ำตาล ส่วนชั้นที่ติดกับเคาน์เตอร์มีเพียงช่องตรงกลางเท่านั้นที่เปิดใช้งานได้ โดยเปิดมาเป็นลิ้นชักสำหรับเก็บข้อ - ส้อม ระเบียบมีประตูกระจกบานเลื่อนกันระหว่างระเบียบกับห้องครัว เป็นกระจกเขียวตัดแสง กรอบอลูมิเนียมสีธรรมชาติ ด้านนอกระเบียบมีราวกันตกสีน้ำตาล และระแนงเพื่อบังคอยล์ร้อน



ภาพประกอบ 75 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลย์ เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 76 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 77 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 78 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 79 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 80 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

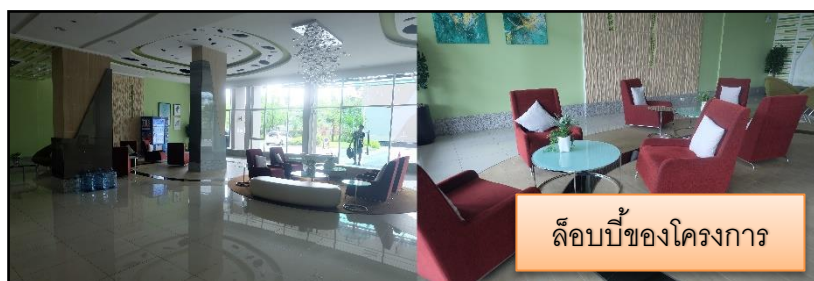
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 81 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภภักดิ์ เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ : ทางโครงการให้สิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานชั้น 1 - 4 และพื้นที่รอบโครงการเป็นพื้นที่จอดรถ และพื้นที่ส่วนกลางเริ่มจากชั้น 1 เป็นพื้นที่สวนแนวยาว มีทางเดินในสวน พร้อมเครื่องเล่นและที่พักผ่อน สำหรับชั้น 5 เป็นพื้นที่ส่วนกลางโดยส่วน East Wing และ West Wing เป็นสวนไว้สำหรับพักผ่อน ส่วน Center Wing เป็นสระว่ายน้ำระบบเกลือที่ขนาด 53 x 10 เมตร โดยแบ่งเป็นสระผู้ใหญ่และสระเด็ก และด้านในมีห้องต่างๆ ให้ลูกบ้านได้ใช้บริการทั้งห้องน้ำแยกชาย - หญิง ห้องชานว่นา ห้องแอโรบิค ห้องเล่นบิงปอง ห้องอ่านหนังสือ ห้องสมุด เลานจ์ ห้องเด็กเล่น ห้องประชุม และห้องชมภาพยนตร์ ด้านหน้าโครงการมีการรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และกล้องวงจรปิด CCTV ที่ทางเข้า - ออกพร้อมระบบเข้า - ออกแบบ Key Card ทางเข้าเพื่อเข้าในอาคารใช้ระบบสแกนนิ้วมือ ลิฟท์ โดยสารแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยแต่ละส่วนมีลิฟท์โดยสาร 2 ตัว และลิฟท์ขนของ 1 ตัว



ภาพประกอบ 82 สาธารณูปโภคของโครงการศุภภักดิ์ เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



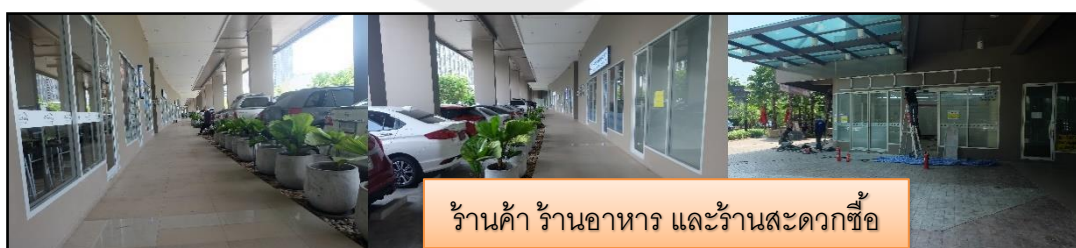
ภาพประกอบ 83 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 84 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 85 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 86 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 87 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



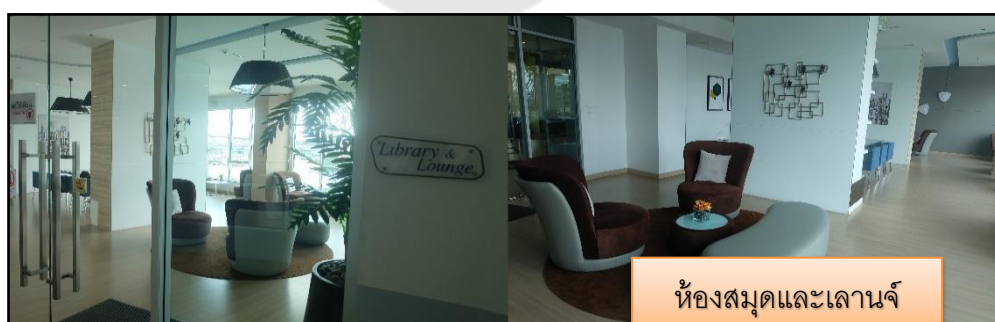
ภาพประกอบ 88 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



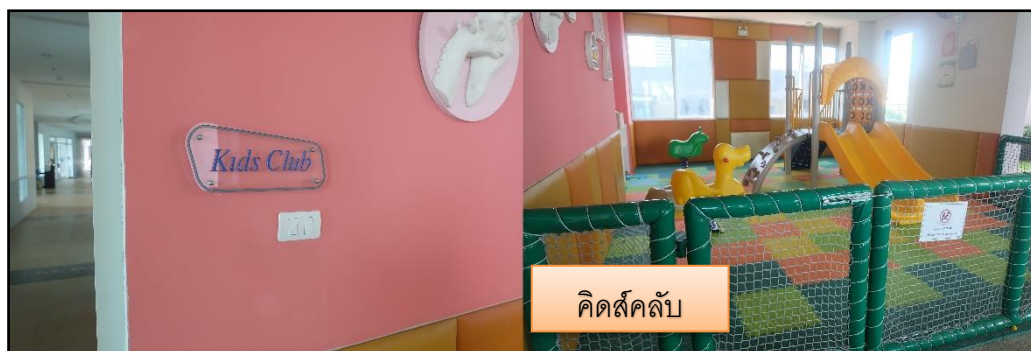
ภาพประกอบ 89 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 90 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา – ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 91 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 92 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา - ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคอนโดมิเนียมโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา - ประชาชื่น (Supalai Veranda Ratchavipha - Prachachuen) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะว่า ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง 250 เมตร โดยสามารถเข้า - ออก จากชอยกรุงเทพฯ - นนทบุรี 30 ได้ อยู่ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อน สถานีบางซื่อประมาณ 500 เมตร และอยู่ติดกับถนนประชาชื่น สามารถ

สังเกตเห็นได้ง่าย และเชื่อมต่อกับถนนหลายเส้นทาง เช่น ถนนรัชดาภิเษก ถนนกำแพงเพชร ถนนวิภาวดี เป็นต้น

บริเวณรอบโครงการมีความอุดมสมบูรณ์มาก เกิดจากย่านนั้นเป็นชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก ทำให้มีร้านค้า ร้านอาหาร ตลอดจนเส้นทางถนนประชาชน การคมนาคมถือว่ามีความสะดวกมากทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัวที่สามารถไปได้หลายเส้นทาง หรือการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะทั้งรถไฟฟ้าสายสีม่วง รถประจำทาง วินมอเตอร์ไซด์ และรถแท็กซี่ เป็นต้น

การออกแบบอาคารนั้น แบ่งเป็น 3 ส่วน ตามแนวความยาวคล้ายรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า และยังมีพื้นที่สีเขียวและที่จอดรถล้อมรอบโครงการ รวมทั้งมีการแบ่งล็อบบี้ (Lobby) ของอาคารอย่างชัดเจน ทั้ง 3 ส่วนนี้การออกแบบห้องมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตามสไตล์ของศุภาลัย

วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ เป็นการขายห้องแบบ Fully Fitted โดยโครงการให้มาดังนี้ ชุดเคาน์เตอร์ครัว สุขภัณฑ์ เครื่องทำน้ำอุ่น ฉากกั้นอาบน้ำในห้องน้ำ เครื่องปรับอากาศ และวอลเปเปอร์ (Wallpaper) ให้ทุกห้อง

ส่วนสาธารณูปโภคให้มาตามมาตรฐานของโครงการ พื้นที่ส่วนกลางเริ่มจากชั้น 1 เป็นพื้นที่สวนแนวยาว มีทางเดินในสวน พร้อมเครื่องเล่นและที่พักผ่อน สำหรับชั้น 5 เป็นพื้นที่ส่วนกลางโดยส่วน East Wing และ West Wing เป็นส่วนไว้สำหรับพักผ่อน ส่วน Center Wing มีห้องที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ถือว่าเหมาะสม มีการรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และกล้องวงจรปิด CCTV ที่ทางเข้า – ออก ลิฟท์โดยสารแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยแต่ละส่วนมีลิฟท์โดยสาร 2 ตัว และลิฟท์ขนของ 1 ตัว

โครงการนี้เหมาะกับ ผู้ที่กำลังมองหาคอนโดมิเนียมระดับกลางที่ราคาจับต้องได้ และอยู่ในย่านที่มีศักยภาพในอนาคต โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ย่านกลางเมือง และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ การเดินทางอาจมีปัญหาบางช่วงที่การจราจรติดขัด โดยเฉพาะช่วงเช้า และช่วงเย็นที่ปริมาณของรถค่อนข้างหนาแน่นในถนนเส้นประชาชน

4. โครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์ (Supalai Vista Tiwanon)

- 4.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)
- 4.2 สถานที่: แยกติวานนท์
- 4.3 ระยะห่างจากสถานี: 200 เมตร
- 4.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)
- 4.5 จำนวนอาคาร: 1 อาคาร

4.6 จำนวนชั้น: 34 ชั้น

4.7 จำนวนห้อง: 646 ยูนิต และร้านค้า 6 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 652 ยูนิต

4.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:

4.8.1 ชั้นที่ 8

Studio / 33.50 - 34 ตารางเมตร / 10 ยูนิต

1 Bedroom / 47.00 – 48.50 ตารางเมตร / 6 ยูนิต

2 Bedroom / 68.00 – 81.50 ตารางเมตร / 3 ยูนิต

นวนห้องต่อชั้น 19 ยูนิต

4.8.2 ชั้นที่ 9 – 33

Studio / 33.50 - 34 ตารางเมตร / 12 ยูนิต

1 Bedroom / 47.00 – 48.50 ตารางเมตร / 8 ยูนิต

2 Bedroom / 68.00 – 81.50 ตารางเมตร / 4 ยูนิต

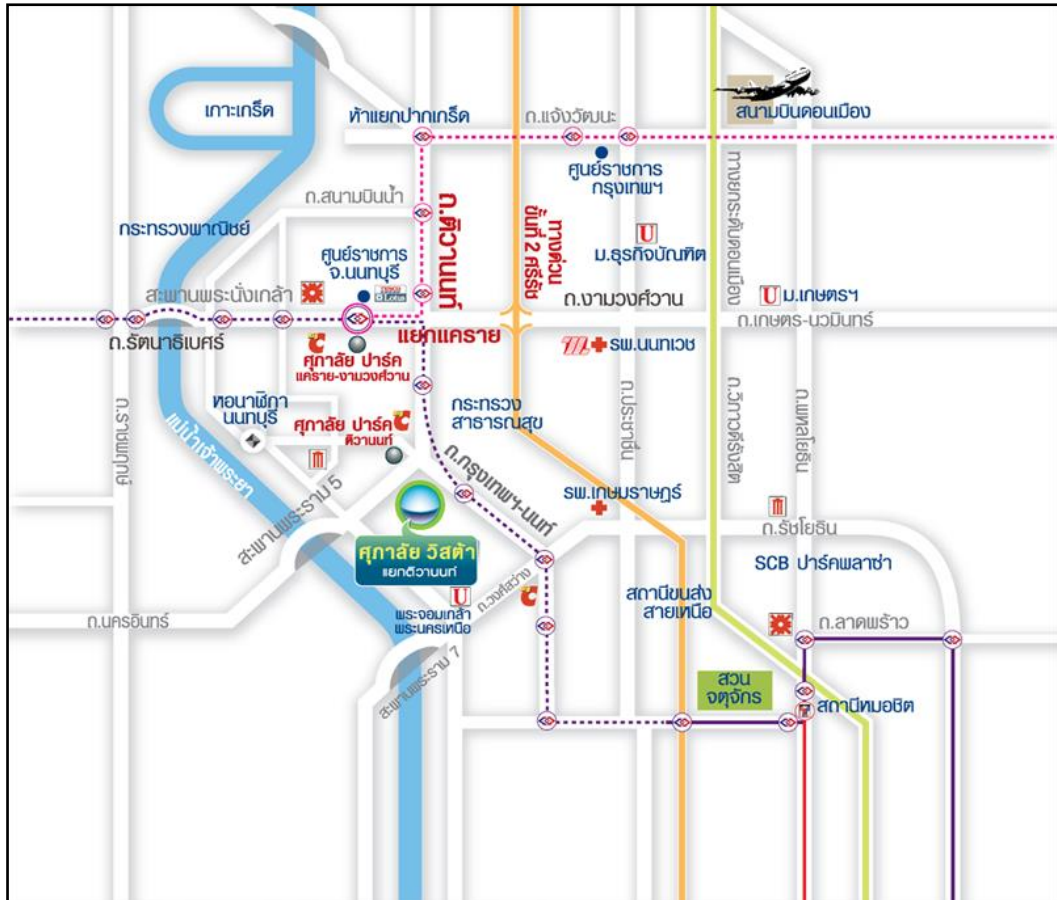
จำนวนห้องต่อชั้น 24 ยูนิต

4.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 1.85 ล้านบาท

4.10 จำนวนที่จอดรถ (%): 60%

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : ทำเลดีมาก ทางเข้าโครงการอยู่ห่างจากรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีแยกติวานนท์เพียง 200 เมตร อยู่ย่านเมืองนนทบุรี บนถนนกรุงเทพมหานคร - นนทบุรี ก่อนถึงแยกติวานนท์ 100 เมตร โดยพื้นที่รอบโครงการตั้งอยู่โซนการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินสีส้ม คือกำหนดความหนาแน่นปานกลาง แม้ว่าจะอยู่ในย่านที่มีความหนาแน่นแต่สัมผัสได้ถึงบรรยากาศความเป็นธรรมชาติในย่านชานเมือง และยังคงที่พักอาศัยดั้งเดิมไว้ มีทั้งร้านค้า และร้านอาหารตลอดเส้นทาง



ภาพประกอบ 93 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอรินด์ ประชาชื่น

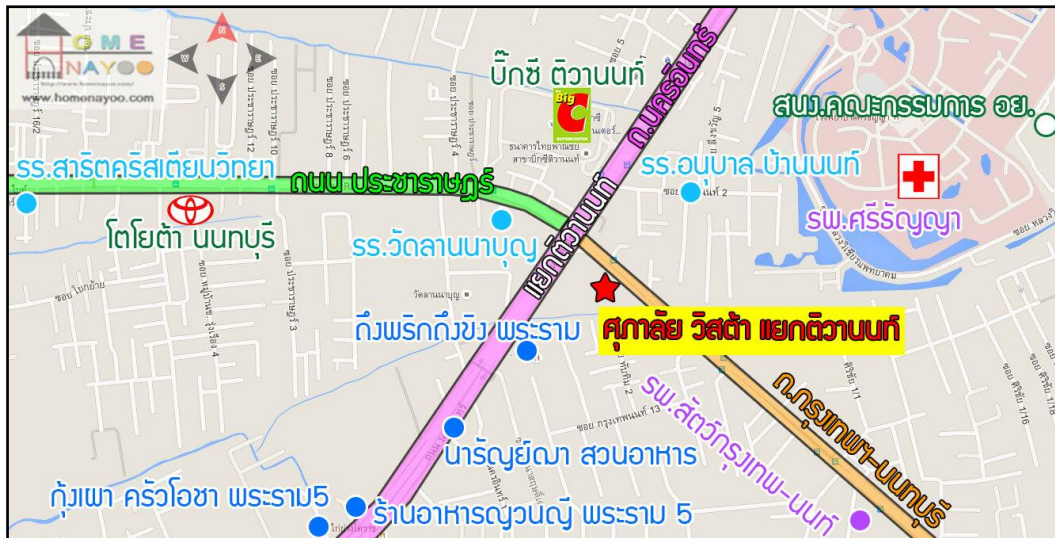
ที่มา: โฮมน่าอยู่ (2560b). คอนโด ศุภาลัย วิสตา แยกติวานนท์ Supalai Vista Tiwanon (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 94 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอร์นด์ ประชาชื่น

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : บริเวณรอบโครงการส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์ บ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น มีร้านสะดวกซื้อและร้านอาหารอยู่บ้าง แต่ทางโครงการมีร้านค้ารองรับถึง 12 ร้าน ทำให้ลูกบ้านมีความสะดวกสบายในการซื้ออาหารและซื้อของมากขึ้น หรือต้องการไปห้างสรรพสินค้าที่อยู่ใกล้เป็นห้างบิ๊กซี ติวานนท์ที่อยู่ห่างจากตัวโครงการประมาณ 150 เมตรเท่านั้น สถานที่สำคัญโดยรอบของโครงการ ได้แก่ บิ๊กซี ติวานนท์ กระทรวงสาธารณสุข ห้างสรรพสินค้าเอสพลานาด แคราย เทสโก้ โลตัส รัตนาธิเบศร์ ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์ เดอะมอลล์งามวงศ์วาน โรงเรียนวัดลานนาบุญ โรงเรียนอนุบาล บ้านนท์ โรงเรียนสาธิตคริสเตียนวิทยา โรงพยาบาลศรีธัญญา โรงพยาบาลสัตว์กรุงเทพ - นนท์ เป็นต้น



ภาพประกอบ 95 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการศุภาลัย เวอรั้นด้า ประชาซึน

ที่มา: โฮมนำออยู่ (2560b). คอนโด ศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์ Supalai Vista Tiwanon (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 96 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการศุภาลัย เวอรั้นด้า ประชาซึน

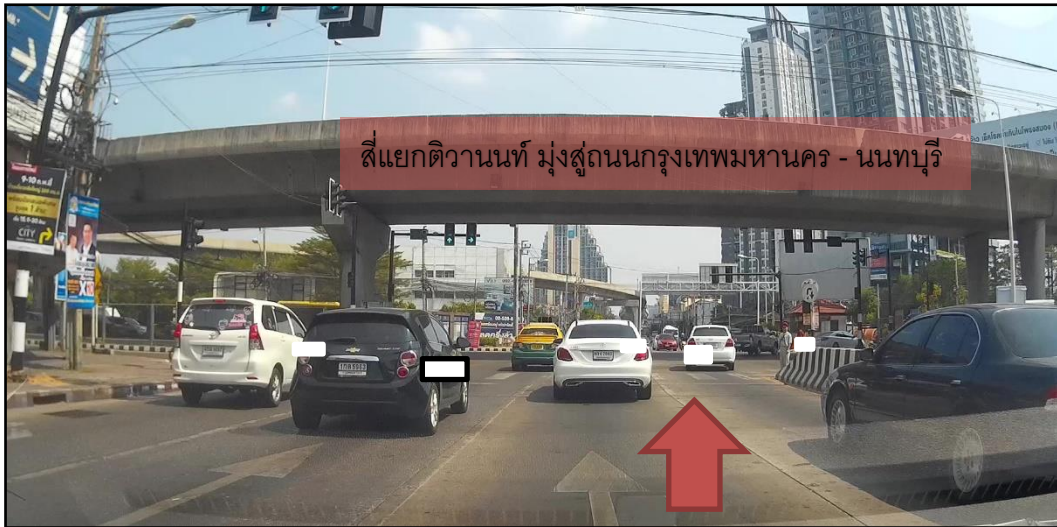
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว การเดินทางเข้าถึงโครงการมีความหลากหลาย และทำเลบริเวณนี้ถือว่าเป็นทำเลทอง เพราะสามารถเชื่อมต่อกับถนนสายหลักได้หลายเส้นทาง เช่น ถนนกรุงเทพมหานคร - นนทบุรี เชื่อมต่อกับถนนวงค์สว่าง ถนนรัชดาภิเษก ถนนรัชโยธิน นอกจากนี้ยังสามารถใช้เส้นทางถนนนครอินทร์ ถนนราชพฤกษ์ และถนนรัตนาธิเบศร์ได้อย่างสะดวก หรือใช้เส้นทางถนนติวานนท์ที่สามารถเชื่อมต่อกับถนนแจ้งวัฒนะได้ ถ้าชั่วโมงเร่งด่วนอาจใช้ทางขึ้น - ลงทางด่วนพิเศษศรีรัชได้เลย และการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ มีความสะดวกอย่างมาก เนื่องจากทำเลที่ตั้งโครงการสามารถใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะได้อย่างสะดวก สามารถเลือกใช้บริการได้ทั้งรถโดยสารประจำทาง และรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่มีสถานีอยู่ใกล้กับโครงการ



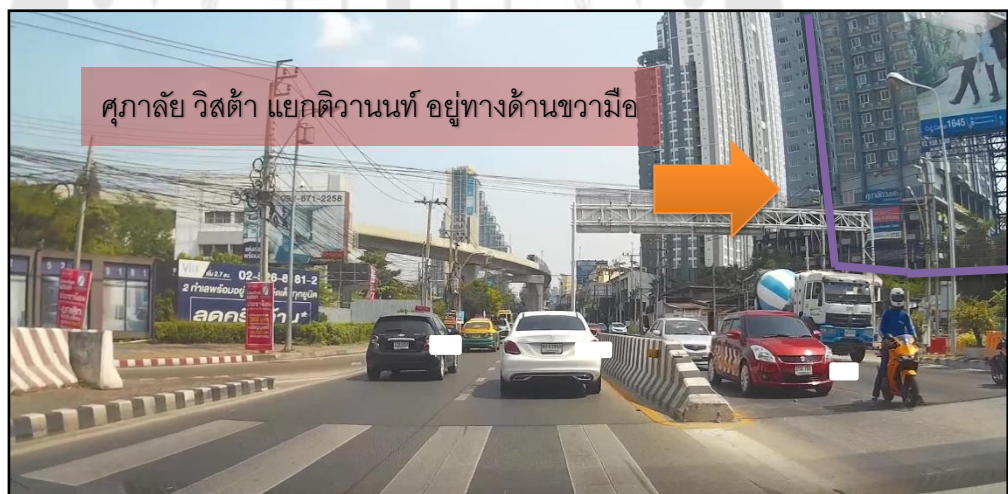
ภาพประกอบ 97 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย วิสตา แยกติวานนท์

ที่มา: โฮมน่าอยู่ (2560b). คอนโด ศุภาลัย วิสตา แยกติวานนท์ Supalai Vista Tiwanon (ออนไลน์)



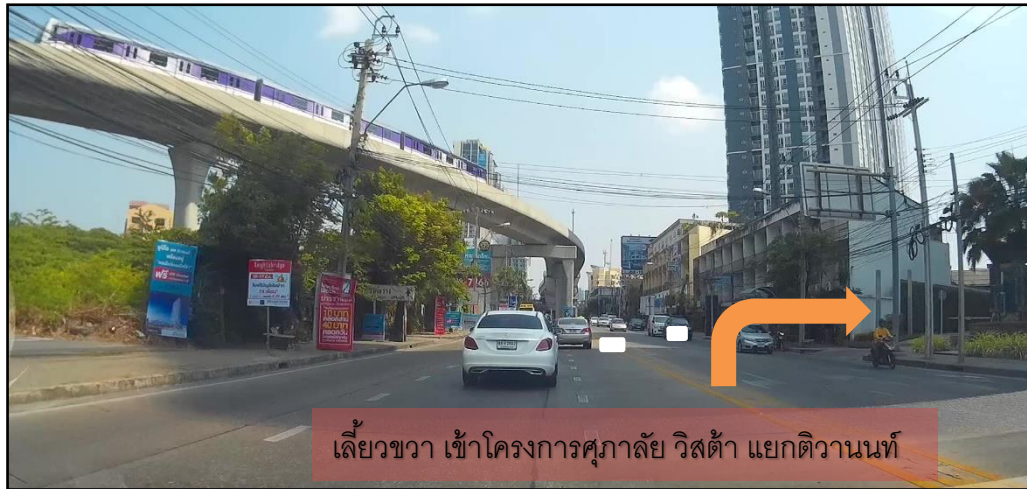
ภาพประกอบ 98 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 99 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 100 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 101 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการออกแบบของโครงการ : อาคารออกแบบมาสไตล์โมเดิร์นตามสมัยนิยม ทั่วไปตามแบบคอนโดมิเนียมศุภาลัย แปลนอาคารเป็นตั L เพื่อรับลมตะวันตกเฉียงใต้และลม ตะวันออกเฉียงเหนือ จอดรถตั้งแต่ชั้น 1 – 7 มีห้องพักและสระว่ายน้ำที่ชั้น 8 ส่วนชั้น 9 – 33 ที่เป็น ที่พักอาศัยแปลนเหมือนกันทุกชั้น และชั้นดาดฟ้ามีสวนดาดฟ้าและ Sky Lounge พื้นที่เปิดโล่ง กว่า 66% มีความโดดเด่น ในเรื่องนวัตกรรมสมาร์ต ดีไซน์ (Smart Design) ที่คำนึงถึงการ ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการกันห้องครัวเป็นสัดส่วนเพื่อช่วยระบายกลิ่น ควันได้ดี การออกแบบห้องน้ำ สามารถรับแสงแดดและลมจากภายนอกได้ดีช่วยให้ห้องไม่อับชื้น และใช้กระจกสีเขียวตัดแสงเพื่อลดความร้อนจากภายนอกเข้าสู่ห้อง



ภาพประกอบ 102 การออกแบบแปลนอาคารของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ที่มา: โยมน่าอยู่ (2560b). คอนโด ศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์ Supalai Vista Tiwanon (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 103 การออกแบบแปลนห้องของโครงการศุภาลัย วิสต้า แยกติวานนท์

ที่มา: โฉมหน้าอยู่ (2560b). คอนโด ศุภาลัย วิสต้า แยกติวานนท์ Supalai Vista Tiwanon (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 104 รูปแบบห้องจริงของโครงการศุภาลัย วิสต้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : โครงการขายห้องแบบ Fully Fitted สิ่ง
 โครงการให้มา มีดังนี้ ชุดเคาน์เตอร์ครัว สุขภัณฑ์ เครื่องทำน้ำอุ่น ฉากกั้นอาบน้ำในห้องน้ำ
 เครื่องปรับอากาศ และวอลเปเปอร์ (Wallpaper) ให้ทุกห้อง ประตูเป็นประตูสำเร็จรูป ผิวลายไม้สี
 น้ำตาลเข้ม มีช่องตาแมว และหมายเลขห้องติดที่บ้านประตู มือจับเป็นแบบก้านโยก ด้านข้างมีกริ่ง
 ประตู พื้นในห้องเป็นลามิเนต มีความหนา 12 มิลลิเมตร สีโอ๊ค ธรณีประตูเป็นหินสังเคราะห์
 ลานหินสีเทา ผนังติดตั้งวอลเปเปอร์ ไฟเป็นแบบโคมชาลาเปา ประตูห้องน้ำเป็นประตู UPVC สี
 ขาว มือจับเป็นแบบลูกบิด ธรณีประตูเป็นหินสังเคราะห์สีเทา ห้องน้ำมีหน้าต่างกระจกบานกระทุ้ง
 บานเล็ก เพื่อระบายอากาศ อ่างล้างหน้าและสุขภัณฑ์ทั้งหมดเป็นของคอตโต้ (Cotto) ส่วนอาบน้ำ
 มีฉากกั้นเป็นกระจกนิรภัยแบบบานเลื่อน เครื่องทำน้ำอุ่นทางโครงการติดตั้งให้เป็นของอีเลคโทร
 ลักซ์ (Electrolux) ห้องครัวมีประตูกันเป็นประตูกระจกบานเลื่อน พื้นเป็นกระเบื้องเซรามิกขนาด
 30 x 30 เซนติเมตร เคาน์เตอร์มีความกว้าง ยาวด้านเดียว ภายในเป็นผนังเรียบทาสี ท็อป
 เคาน์เตอร์ใช้วัสดุเป็น PVC ลานหินสีดำ ด้านบนเป็นชั้นวางของและตู้ ถัดมาเหนือเคาน์เตอร์ผนัง
 เป็นกระเบื้องเซรามิกสีเดียวกับพื้น ด้านล่างเป็นตู้เก็บของ หน้าบานเป็นลามิเนตลายไม้สีน้ำตาล
 ส่วนชั้นที่ติดกับเคาน์เตอร์มีเพียงช่องตรงกลางเท่านั้นที่เปิดใช้งานได้ โดยเปิดมาเป็นลิ้นชักสำหรับ
 เก็บช้อน - ส้อม ระเบียบมีประตูกระจกบานเลื่อนกันระหว่างระเบียบกับห้องครัว เป็นกระจกเขียว
 ตัดแสง กรอบอลูมิเนียมสีธรรมชาติ ด้านนอกระเบียบมีราวกันตกสีน้ำตาล และระแนงเพื่อบัง
 คอยล์ร้อน



ภาพประกอบ 105 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 106 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 107 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 108 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 109 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



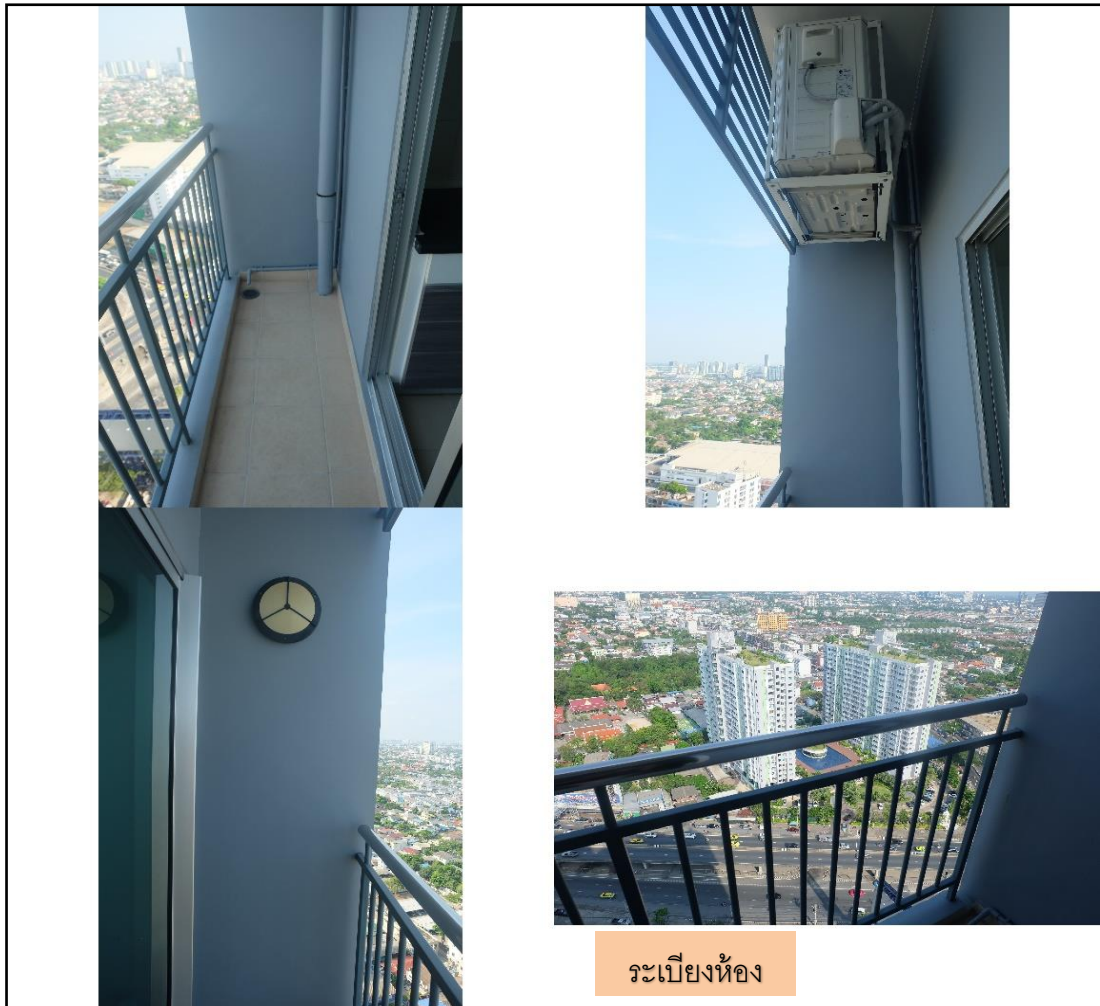
ภาพประกอบ 110 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 111 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 112 วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ของโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ: พื้นที่ส่วนกลางเป็นล็อบบี้ (Lobby) กล่องจดหมาย (Mail Box) สวนหย่อม ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ห้องซาวน่า สวนดาดฟ้าและ Sky Lounge



ภาพประกอบ 113 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 114 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



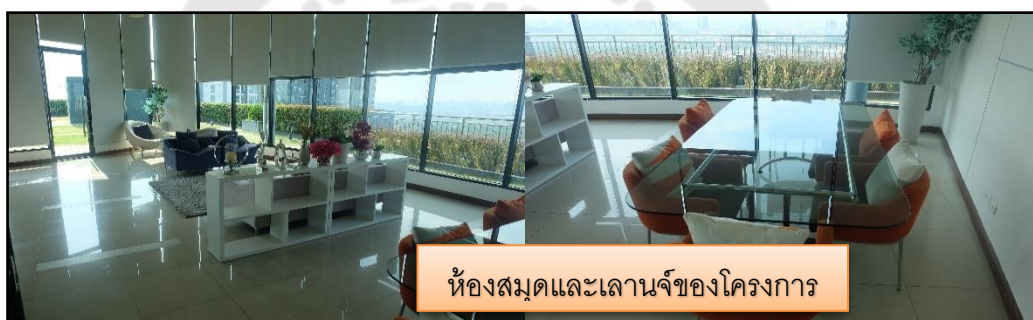
ภาพประกอบ 115 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 116 อาคารอนุปโภคของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 117 อาคารอนุปโภคของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 118 อาคารอนุปโภคของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



โซนกล่องจดหมาย (Mail Box)

ภาพประกอบ 119 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคนโตมิเนียมโครงการศุภาลัย วิสตัด้า แยกติวานนท์ (Supalai Vista Tiwanon) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะว่า ทำเลที่ตั้งอยู่รถไฟฟ้าสายสีม่วงที่อยู่ห่างกับโครงการเพียง 200 เมตรเท่านั้น และอยู่ใกล้กับแยกติวานนท์ สามารถเดินทางได้สะดวก

ความอุดมสมบูรณ์รอบโครงการภายในโครงการมีร้านค้า ร้านอาหารมากมาย และภายนอกโครงการมีร้านค้ามากมายเช่นกัน รวมถึงห้างบิ๊กซี ติวานนท์ที่ข้ามแยกไปประมาณ 150 เมตร

การคมนาคมยังมีความสะดวกทั้งทางรถยนต์ส่วนตัวที่สามารถใช้ได้หลากหลายเส้นทาง และระบบขนส่งสาธารณะโดยเฉพาะรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่อยู่ห่างกับโครงการเพียง 200 เมตรเท่านั้น เรื่องของ

การออกแบบอาคารนั้นมีความโดดเด่นอยู่แล้ว เพราะโครงการนี้เน้นในเรื่องนวัตกรรมสมาร์ท ดีไซน์ (Smart Design) ที่คำนึงถึงการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือว่าเป็นโครงการที่มีความน่าสนใจอย่างมาก

ส่วนเรื่องวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์และด้านสถาปัตยกรรมไปก่อนหน้านี้ โครงการจัดมาตามมาตรฐานของศุภาลัยอยู่แล้ว โครงการขายห้องแบบ Fully Fitted สิ่งที่โครงการให้มา มีดังนี้ ชุดเคาน์เตอร์ครัว สุขภัณฑ์ เครื่องทำน้ำอุ่น ฉากกั้นอาบน้ำในห้องน้ำ เครื่องปรับอากาศ และวอลเปเปอร์ (Wallpaper) ให้ทุกห้อง

โครงการนี้เหมาะกับ ผู้ที่ต้องการพักอาศัยอยู่ย่านชานเมืองที่มีทำเลสมบูรณ์ และสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวและรถไฟฟ้าสายสีม่วงโดยเป็นประจำ และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ รูปแบบห้องที่มีห้องน้ำอยู่ติดกับห้องครัวและติดระเบียง อาจทำให้ผู้ที่ชอบห้องนั่งเล่นอยู่ติดกับแสงแดดอาจผิดหวังเล็กน้อย เพราะจะได้รับแสงจากธรรมชาติเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2. ผังนันทบุรี

1. โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย - งามวงศ์วาน (Supalai Park Khaerai - Ngamwongwan)

- 1.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)
- 1.2 สถานที่: ศูนย์ราชการนนทบุรี
- 1.3 ระยะห่างจากสถานี: 130 เมตร
- 1.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)
- 1.5 จำนวนอาคาร: 1 อาคาร
- 1.6 จำนวนชั้น: 34 ชั้น
- 1.7 จำนวนห้อง: 697 ยูนิต และร้านค้า 12 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 709 ยูนิต
- 1.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:
 - 1.8.1 ชั้นที่ 6
 - Studio Room / 31.00 – 32.00 ตารางเมตร / 5 ยูนิต
 - 1 Bedroom / 45.50 – 52.00 ตารางเมตร / 10 ยูนิต
 - 2 Bedroom / 57.00 – 72.00 ตารางเมตร / 7 ยูนิต
 - จำนวนห้องต่อชั้น 22 ยูนิต
 - 1.8.2 ชั้นที่ 7 - 33
 - Studio Room / 31.00 – 32.00 ตารางเมตร / 5 ยูนิต
 - 1 Bedroom / 45.50 – 52.00 ตารางเมตร / 13 ยูนิต
 - 2 Bedroom / 57.00 – 72.00 ตารางเมตร / 7 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 25 ยูนิต

1.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 1.98 ล้านบาท

1.10 จำนวนที่จอดรถ (%) : 60%

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย - งามวงศ์วาน

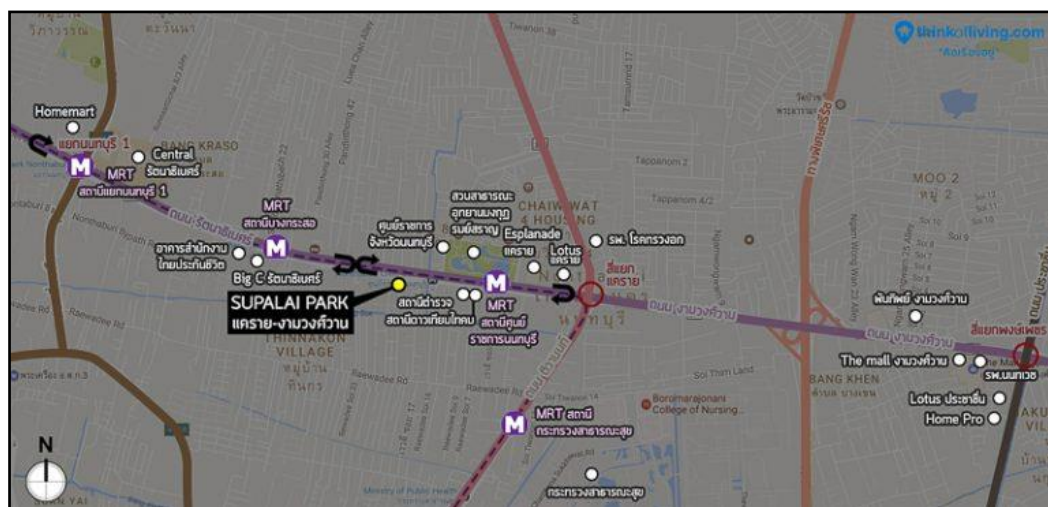
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : โครงการตั้งอยู่บนทำเลที่น่าสนใจ เพราะอยู่ใกล้ สถานีรถไฟฟ้าศูนย์ราชการนนทบุรีได้ ในระยะเพียง 130 เมตร และตั้งอยู่บนถนนใหญ่รัตนวิเบศร์ เป็นถนนหลักเส้นหนึ่งที่สามารถเชื่อมต่อไปยังถนนสายต่างๆ เพื่อเดินทางมาที่พักอาศัยย่านชานเมือง เช่น บางบัวทอง บางกรวย - ไทรน้อย หรือแหล่งสถานที่ทำงานแถวเกษตร - นวมินทร์ รัชดาภิเษก ลาดพร้าว เป็นต้น พื้นที่โดยรอบโครงการส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์ที่เปิดชั้นล่างเป็นร้านค้า ร้านอาหารตามสั่งทั่วไปสลับกับบ้านพักอาศัย 1 – 2 ชั้น สำหรับอาคารสูงส่วนใหญ่เป็น คอนโดมิเนียม และอาคารสำนักงาน ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั้งสองฝั่งถนน โดยที่ตั้งโครงการฝั่งทิศเหนือ ติดกับถนนรัตนวิเบศร์และอาคาร พาณิชยกรรม 2 – 3 ชั้น ฝั่งทิศใต้ ติดกับบ้านพักอาศัย 1 – 2 ชั้น สลับกับที่ดินเปล่า ทิศตะวันออก ติดกับอาคารพาณิชย์ 2 – 3 ชั้น ทิศตะวันตก ติดกับ อาคารพาณิชย์ 5 ชั้น และโรงแรมบอสส์โฮเต็ล (Boss Hotel) 1 – 2 ชั้น



ภาพประกอบ 120 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ริงออฟลิฟวิ่ง (2560a). Supalai Park Crai - Ngamwongwan คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประมาณ 130 ม. จาก ศุภาลัย [รีวิวฉบับที่ 1342] (ออนไลน์)

ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : สภาพแวดล้อมรอบโครงการมีความอุดมสมบูรณ์ในหลายๆ ด้าน ทั้งสถานที่สำคัญ เช่น ศูนย์ราชการนนทบุรี กระทรวงสาธารณสุข โรงพยาบาลนนทเวช มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นต้น และอยู่ใกล้ร้านค้า ร้านอาหารต่างๆ ซึ่งมีร้านอาหารตามสั่งอยู่ในระยะที่สามารถเดินได้อยู่ ด้านข้างโครงการ รวมถึงใกล้แหล่งศูนย์การค้าต่างๆ เช่น เอสพลานาด แคราย เทสโก้ รัตนาธิเบศร์ บิ๊กซี รัตนาธิเบศร์ เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์ เป็นต้น

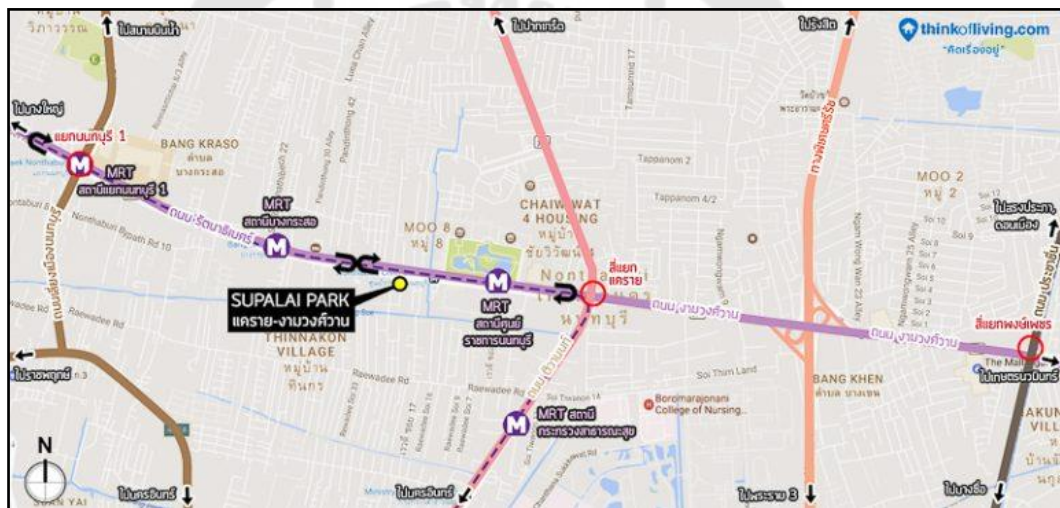


ภาพประกอบ 121 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ริงออฟฟิซ (2560a). Supalai Park แคราย - งามวงศ์วาน คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประมาณ 130 ม. จาก ศุภาลัย [รีวิวนับที่ 1342] (ออนไลน์)

ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว โครงการอยู่ติดถนนรัตนาธิเบศร์ฝั่งมุ่งหน้าบางใหญ่ จึงมีทั้งข้อดีและข้อเสีย คือ ถนนรัตนาธิเบศร์ถ้าต้องการเข้าเมืองต้องกลับรถหน้าโฮมมาร์ท (Homemart) ซึ่งถนนเส้นนี้ในช่วงโมงเร่งด่วนค่อนข้างติด และช่วงนี้เริ่มมีการก่อสร้างรถไฟฟ้าสายสีชมพู จึงทำให้มีปัญหาคารจากรถมากกว่าเดิม ต้องใช้เวลาในการเดินทางเข้าเมือง แต่เวลากลับมาที่โครงการสามารถขับตรงมาที่โครงการได้เลย ที่ตั้งของโครงการมีทางลัดสามารถเชื่อมต่อกับถนนติวานนท์ได้ ซึ่งช่วยกระชับระยะเวลาไม่ต้องไปเสียเวลากลับรถ โดยทางลัดมีทั้งหมด 3 เส้นทาง ได้แก่ (1) เส้นทางลัดจากถนนติวานนท์ไปถนนรัตนาธิเบศร์

เบศรีโดยไม่ต้องผ่านสี่แยกแคราย เข้ามาทางซอยติวานนท์ 3 สามารถทะลุออกมาซอยรัตนวิเบศรี 9 และเข้าสู่ถนนรัตนวิเบศรี เพื่อมายังโครงการ (2) เส้นทางลัดนี้คล้ายกับเส้นทางแรกแต่เข้าทางถนนเวดีแทน และไปลัดออกที่ซอยรัตนวิเบศรี 9 เหมือนกัน ซึ่งซอยเวดีเป็นซอยที่มีความอุดมสมบูรณ์มากๆ เพราะ เป็นแหล่งร้านค้า ร้านอาหารมากมาย (3) เส้นทางนี้เป็นทางลัดจากโครงการออกมายังถนนติวานนท์แบบไม่ต้องกลับรถ โดยใช้เส้นทางถนนรัตนวิเบศรี 11 มาออกที่ถนนเวดี เส้นทางนี้ช่วยประหยัดเวลา และการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ค่อนข้างสะดวก เพราะห่างจากสถานีรถไฟฟ้าศูนย์ราชการนนทบุรีเพียง 130 เมตร เป็นระยะที่สามารถเดินได้ ในอนาคตจะเป็นสถานีเปลี่ยนสายรถไฟฟ้า (Interchange) ที่จะมีสายสีชมพูเข้ามาเชื่อมต่อ ด้านหน้าโครงการมีรถสองแถวผ่าน และมีรถตู้สาธารณะผ่าน



ภาพประกอบ 122 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – จามวงศ์วาน

ที่มา: ธิงออฟลิฟวิ่ง (2560a). Supalai Park แคราย - จามวงศ์วาน คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประมาณ 130 ม. จาก ศุภาลัย [รีวิวกบับที่ 1342] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 123 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



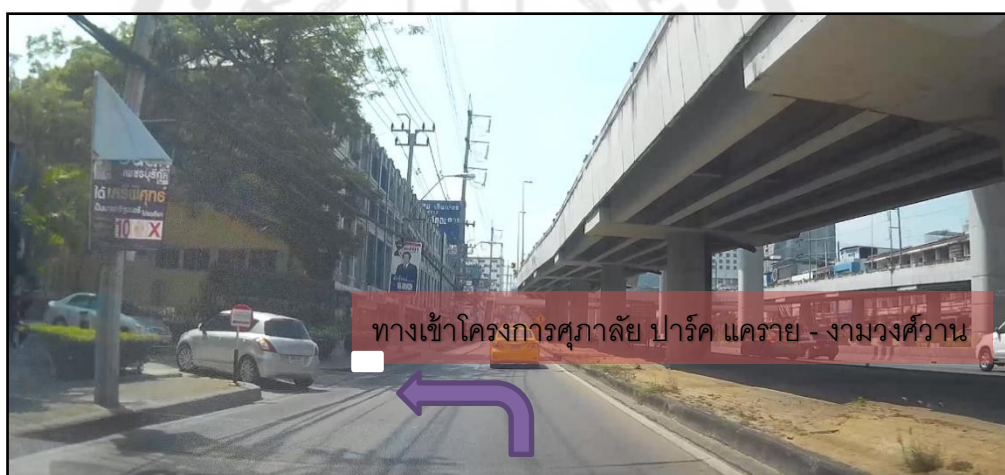
ภาพประกอบ 124 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 125 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 126 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการออกแบบของโครงการ : ออกแบบภายใต้แนวคิดกรีน คอนเซ็ปต์ (Green Concept) การออกแบบที่เหนือกว่าพร้อมนวัตกรรมศุภาลัย สมาร์ท ดีไซน์ (Supalai's Smart Design) กับห้องครัวที่เป็นสัดส่วน และห้องน้ำรับแสงกับลมเพื่อสุขภาพอนามัยที่ดี โดยเน้นโทนสีเขียวและน้ำตาล เพื่อให้ความรู้สึกอบอุ่นและกลมกลืนกับธรรมชาติ พร้อมการจัดวางแนวอาคาร

เป็นผังรูปตัว L รับลมตะวันตกเฉียงใต้ และลมตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อการระบายอากาศและช่วยประหยัดพลังงาน รวมถึงการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ด้านหน้าโครงการมีพื้นที่ติดถนนกว้างพอสมควร พร้อมติดชื่อโครงการไว้เรียบร้อย มีขนาดใหญ่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย พร้อมตกแต่งด้วยพุ่มไม้จึงทำให้ดูร่มรื่น ผังชั้น 1 ของโครงการมีทางเข้า – ออกโครงการทางเดียวคือ ถนนรัตนานิเบศร์ ด้านหน้าโครงการเป็นโซนที่จอดรถนอกอาคาร ส่วนตัวอาคารหลบเข้ามาด้านใน ช่วยลดมลภาวะทางเสียงและทางอากาศจากถนนรัตนานิเบศร์ ทำให้ได้ความเป็นส่วนตัวมากขึ้น จากหน้าโครงการมีป้อมรักษาความปลอดภัยเพื่อรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และรักษาความปลอดภัยด้วยระบบ Key Card Access ที่ต้องสแกนบัตรก่อน ถึงสามารถขับรถผ่านเข้ามาในโครงการได้ หากเป็นผู้มาติดต่อ (Visitors) ต้องแลกบัตรที่ป้อมรักษาความปลอดภัยก่อน ชั้น 1 ของอาคารเป็นพื้นที่จอดรถยนต์ ลีโอบบี้ และร้านค้า ส่วนทางขึ้นห้องพักอาศัยขึ้นผ่านลิโอบบี้ ที่จอดรถใต้อาคารโซนแรกอยู่ในร่วมสำหรับรถที่มีขนาดสูงพิเศษ เช่น รถตู้ บริเวณใกล้เคียงกันเป็นที่จอดรถบนอาคาร ผังขวามือเป็นที่จอดรถจักรยานและจักรยานยนต์ จัดแยกไว้เป็นส่วน ส่วนบริเวณหน้าทางเข้าลิโอบบี้เป็นจุดจอดรถ – ส่งลูกบ้าน (Drop - off) ทางวนค่อนข้างกว้างสามารถจอดรถได้สะดวก ที่จอดรถบนอาคารมีทั้งหมด 5 ชั้น ทางเข้าที่จอดรถของลูกบ้านใช้ระบบ Key Card เป็นระบบรักษาความปลอดภัย แต่ละห้องมีสิทธิ์จอดได้ 1 คัน ถ้าหากจอด 2 คันต้องเสียค่าจอดรถรายเดือนเพิ่มอีก 2,000 บาท ในชั้นที่จอดรถมีลิฟท์เชื่อมมายังลิโอบบี้ของอาคาร และชั้นพักอาศัย โดยใช้ระบบสแกนนิ้วมือเพื่อผ่านเข้าไปยังโถงลิฟท์

ลิโอบบี้ของโครงการ ออกแบบฝ้าเพดานมาสูง และผนังฝั่งหนึ่งเป็นกระจกรับแสงธรรมชาติเข้ามา จัดชุดโซฟาขนาดใหญ่เพื่อรองรับลูกบ้าน ด้านในมีทางเชื่อมออกไปยังโซนร้านค้าและทางเข้าโถงลิฟท์ การเข้ามาโซนที่พักอาศัยมีระบบรักษาความปลอดภัยด้วยการสแกนนิ้วมือ โดย 1 ห้องพักอาศัยสามารถสแกนนิ้วมือเข้า - ออก ได้ทั้งหมดไม่เกิน 4 คน สแกนนิ้วมือเข้ามาแล้ว เจอกับห้องจดหมายก่อน ซึ่งแยกชั้นไว้เป็นส่วน เข้ามาด้านในโถงลิฟท์ มีลิฟท์โดยสารทั้งหมด 3 ตัว ขึ้นมาชั้น 6 เป็นชั้นที่มีพื้นที่ส่วนกลางหลักของโครงการอยู่ชั้นนี้ มีทางออกจากโถงลิฟท์ 2 ทาง ทางหนึ่งคือเข้าสู่พื้นที่ส่วนกลาง อีกทางหนึ่งเข้าสู่พื้นที่ของห้องพักอาศัย สำหรับพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย สวนหย่อมของโครงการ ห้องซาวน่า

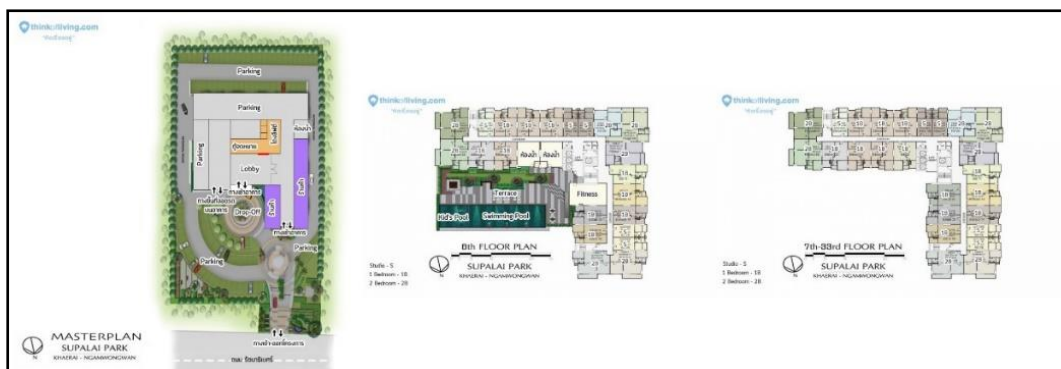
ห้องพักของโครงการเรียงตามรูปแบบของอาคารที่เป็นตัว L ทำให้มีห้องพักอาศัยอยู่ทุกทิศ แต่ส่วนใหญ่เป็นห้องที่หันหน้าทางทิศเหนือและทิศตะวันออก ส่วนห้องทางทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นวิวของสระว่ายน้ำ และออกแบบให้มีทางเดินที่อยู่ระหว่างยูนิตห้องพักอาศัยทั้ง

สองฝั่ง (Double corridor) โถงลิฟท์มีอยู่ตำแหน่งเดียววางตรงกลางของอาคาร ชั้น 7 ขึ้นไปของโครงการ มีแปลนคล้ายชั้นที่ 6 แต่ว่าเป็นส่วนของห้องพักอาศัยทั้งหมด ไม่มีพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งทางโครงการเน้นแบบห้องเป็น 1 Bedroom ส่วนใหญ่ และมีส่วนกลางที่ชั้นบนสุด เป็นบรรยากาศของไม้พุ่ม และมีมุมให้พักผ่อน วิวที่ดีที่สุดของโครงการ คือ วิวทิศตะวันออกและทิศใต้ เพราะทุกห้องของสองทิศนี้เป็นวิวเมืองเรียบๆ ไม่มีอาคารสูงมาบังวิว

ห้องแบบ Studio ลักษณะของห้องพักเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวยาว การจัดพื้นที่ภายในมีประตูกันเป็นสัดส่วนแยกการใช้งานชัดเจน โดยแบ่งห้องเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนห้องนั่งเล่น ส่วนห้องนอน ส่วนรับประทานอาหาร ส่วนห้องอเนกประสงค์ (ห้องครัว) และห้องน้ำ ห้องนั่งเล่นสามารถจัดวางสำหรับโซฟา 2 ที่นั่งได้แบบพอดี ฝั่งตรงข้ามโซฟาสามารถวางตู้เก็บของ ชั้นวางโทรทัศน์ และโต๊ะทำงานต่อเนื่องกันเป็นแนวยาวได้ ติดกับพื้นที่ห้องนั่งเล่น เป็นห้องนอน สามารถวางเตียงนอนขนาด 5 ฟุตได้ และวางโต๊ะหัวเตียงได้ทั้งสองฝั่ง ถัดมาด้านในเป็นตำแหน่งของตู้เสื้อผ้า และฝั่งตรงข้ามเป็นพื้นที่สำหรับรับประทานอาหาร ส่วนห้องน้ำ ภายในห้องน้ำแบ่งเป็น 2 ส่วน แยกส่วนแห้งและส่วนเปียกโดยมีการกันน้ำไว้ ส่วนห้องครัวมีประตูกันแบ่งไว้ เป็นแบบครัวปิด และจัดวางคอยล์ร้อน (Condensing Unit) ไว้ในบริเวณนี้ เพราะพื้นที่มีขนาดจำกัด

ส่วนห้องแบบ 1 Bedroom เป็นห้องที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมา ลักษณะของห้องเป็นแบบหน้าแคบลึก ภายในห้องแบ่งสัดส่วนพื้นที่อย่างชัดเจน ประกอบด้วย ห้องนั่งเล่น ที่รับประทานอาหาร ด้านในสุดเป็นห้องครัวแบบปิดและห้องน้ำตรงกลาง ส่วนอีกฝั่งเป็นห้องนอนแบบตอนลึก และเป็นของส่วนระเบียง

ส่วนห้องแบบ 2 Bedroom มีการแบ่งส่วนของห้องต่างๆ คล้ายกัน ส่วนมากจัดห้องนอนทั้ง 2 ห้องอยู่ในตำแหน่งด้านนอกที่สามารถมองเห็นวิวและรับแสงธรรมชาติได้ดี ทำให้ภายในห้องนอนดูปลอดโปร่ง และจัดตำแหน่งของห้องครัวและห้องน้ำให้ได้รับแสงเหมือนกัน ส่วนห้องนั่งเล่นคงอยู่ในตำแหน่งเดิมของห้อง ยกเว้นห้องแบบ Family Suite จัดตำแหน่งห้องนอนทั้ง 2 ห้องไว้รับแสงทั้งหมด ทำให้ห้องนอนดูปลอดโปร่ง และระบายอากาศได้ง่าย



ภาพประกอบ 127 แปลนอาคารของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

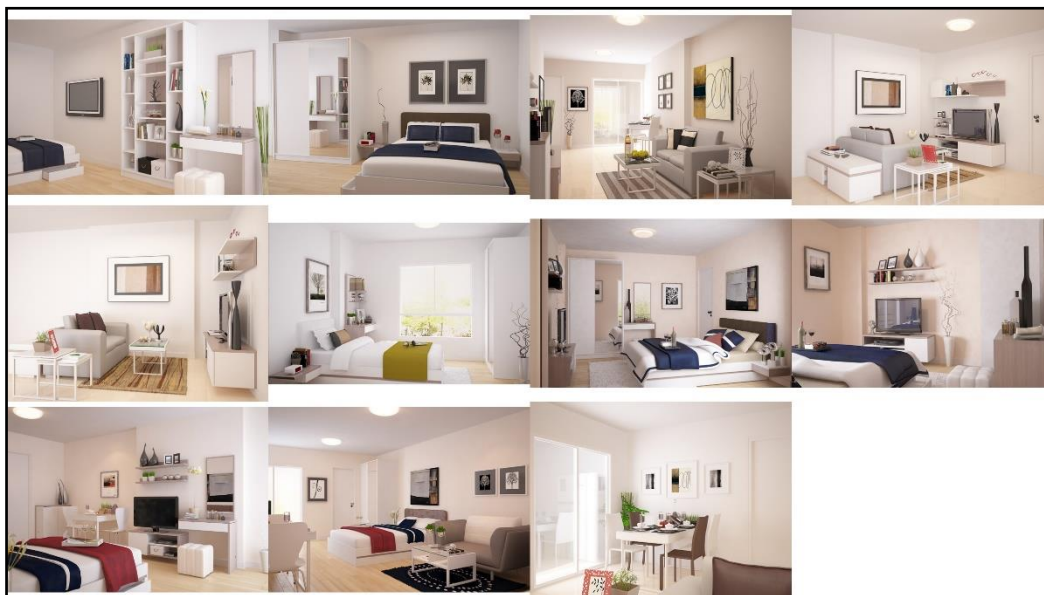
ที่มา: ริงออฟลิฟวิ่ง (2560a). Supalai Park แคราย - งามวงศ์วาน คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประมาณ 130 ม. จาก ศุภาลัย [รีวิวนับที่ 1342] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 128 อาคารของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ริงออฟลิฟวิ่ง (2560a). Supalai Park แคราย - งามวงศ์วาน คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประมาณ 130 ม. จาก ศุภาลัย [รีวิวนับที่ 1342] (ออนไลน์)

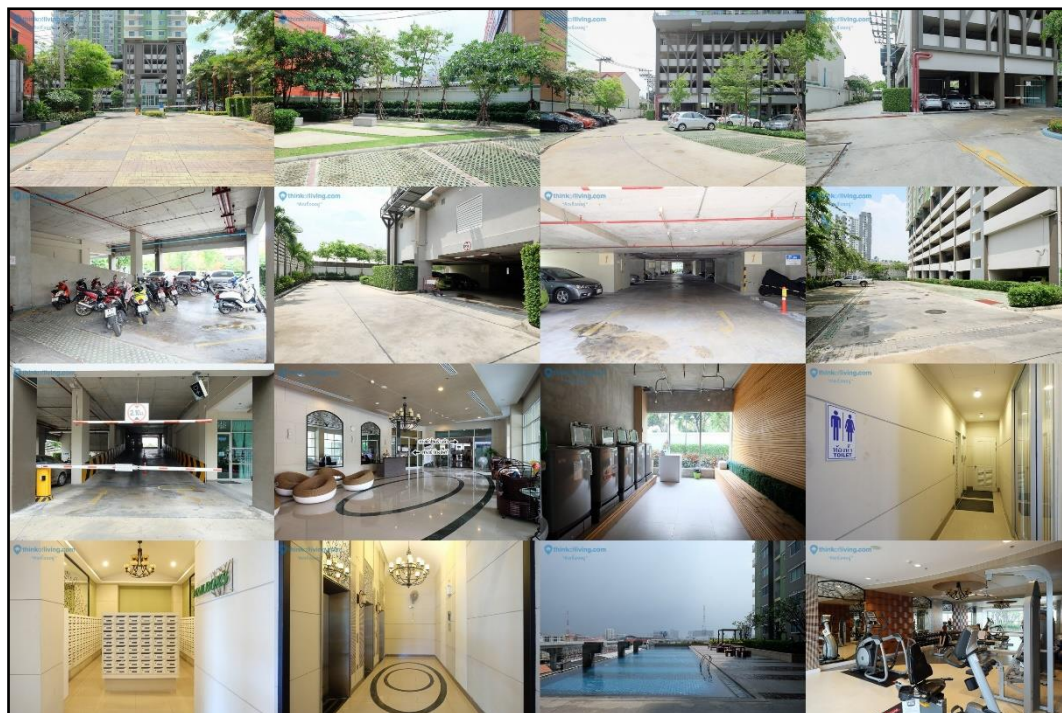
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : โดยทางโครงการขายหมดแล้ว ปัจจุบันจะ
เป็นการขายห้องแบบมือ 2 เฟอร์นิเจอร์เดิมมีการปรับเปลี่ยนใหม่ให้สวยงามขึ้น



ภาพประกอบ 129 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน

ที่มา: ริงออฟลิฟวิ่ง (2560a). Supalai Park แคราย - งามวงศ์วาน คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประมาณ 130 ม. จาก ศุภาลัย [รีวิวฉบับที่ 1342] (ออนไลน์)

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ : จุดเด่นคือ ร้านค้าด้านล่างสามารถซื้ออาหาร
ซื้อของใช้ได้อย่างสะดวก ไม่ต้องเสียเวลาออกไปนอกโครงการ พื้นที่ส่วนกลางหลักๆ อยู่ที่ชั้น 6
ได้แก่ สระว่ายน้ำ 1 สระ ขนาด 19 x 6 เมตร สระเด็กขนาด 7 x 6 เมตร ห้องออกกำลังกาย ห้อง
ซาวน่า ชั้นดาดฟ้าเป็นพื้นที่สีเขียวสามารถขึ้นมาชมวิวและพักผ่อนได้ ลิฟท์โดยสาร 3 ตัวต่ออาคาร
ลิฟท์ขนของ 1 ตัว ระบบรักษาความปลอดภัยโดยกล้อง CCTV และการเข้า - ออกโครงการโดย
ระบบ Access Card อัตราความหนาแน่นของการใช้ลิฟท์ 232 ยูนิตต่อลิฟท์ 1 ตัว ถือว่ามีความ
หนาแน่นมากในเวลาชั่วโมงเร่งด่วน



ภาพประกอบ 130 ภาพของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย - งามวงศ์วาน

ที่มา: อิงอพลีฟวิ่ง (2560a). Supalai Park แคราย - งามวงศ์วาน คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประมาณ 130 ม. จาก ศุภาลัย [รีวิวฉบับที่ 1342] (ออนไลน์)

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคอนโดมิเนียมโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย - งามวงศ์วาน (Supalai Park Khaerai - Ngamwongwan) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะว่า ทำเลที่ตั้งอยู่ติดกับถนนรัตนวิเบศร์และสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีศูนย์ราชการนนทบุรี ระยะห่างเพียง 130 เมตรเท่านั้น ความอุดมสมบูรณ์บริเวณรอบโครงการมีมาก ทั้งร้านค้า, ร้านอาหาร, ห้างสรรพสินค้า และศูนย์ราชการ การคมนาคมถือว่ามีความสะดวกมากทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัวและการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะรูปแบบต่างๆ ที่โดดเด่นของโครงการนี้ คือการมีทำเลอยู่ใกล้กับสถานีศูนย์ราชการนนทบุรี ซึ่งภายในอนาคตนี้ สถานีนี้กำลังเป็นจุดเชื่อมต่อเปลี่ยนสายของสายสีชมพูอีกด้วย คาดว่าพื้นที่บริเวณแถวนี้น่าจะมีความคึกคักอย่างแน่นอน การออกแบบเป็นสไตล์เฉพาะของศุภาลัยอยู่แล้วอาคารถูกออกแบบเป็นแนวสีเหลี่ยมผืนผ้า บริเวณรอบโครงการมีพื้นที่สีเขียวอยู่จำนวนมาก ทำให้โครงการดูมีความร่มรื่น

และการออกแบบห้องพักมีความหลากหลาย ส่วนวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ เป็นรูปแบบของการตกแต่งห้องแบบมือสอง เพราะทางโครงการได้ขายหมดแล้ว มีเพียงการขายห้องแบบรีเซลล์ (Resale) เท่านั้น และสาธารณูปโภคถือว่าได้มาตรฐานของศุภาลัย มีทั้งสระว่ายน้ำ, ห้องซาวน่า, ห้องออกกำลังกาย และพื้นที่พักผ่อนที่เป็นพื้นที่สีเขียวเหมาะกับการพักผ่อน โครงการนี้เหมาะกับ ผู้ที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยในทำเลย่านนี้ และมีการเดินทางที่สะดวกโดยเฉพาะรถไฟฟ้า หรือคนที่ทำงานในย่านนี้ และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน มีปัญหาการจราจรที่ติดขัดมากช่วงเช้าในเมือง

2. โครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนธิเบศร์ (Supalai Veranda Rattanathibet)

- 2.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)
- 2.2 สถานที่: บางกระสอ
- 2.3 ระยะห่างจากสถานี: 380 เมตร
- 2.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)
- 2.5 จำนวนอาคาร: 1 อาคาร
- 2.6 จำนวนชั้น: 33 ชั้น
- 2.7 จำนวนห้อง: 1,054 ยูนิต และร้านค้า 12 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 1,066 ยูนิต
- 2.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:

Studio Room / 30.00 – 31.50 ตารางเมตร / n/a
1 Bedroom / 45.00 – 47.50 ตารางเมตร / n/a
2 Bedroom / 62.00 – 74.00 ตารางเมตร / n/a
- 2.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 1.63 ล้านบาท
- 2.10 จำนวนที่จอดรถ (%): 60% รวมจอดซ้อนคัน

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนธิเบศร์

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : ตั้งอยู่ใกล้สถานีบางกระสอ ประมาณ 380 เมตร และอยู่ติดถนนรัตนธิเบศร์ ซึ่งโครงการอยู่ใกล้กับซอยรัตนธิเบศร์ 17 แต่จะค่อนข้างห่างจากเซ็นทรัลพลาซ่า รัตนธิเบศร์มากกว่า โดยสิ่งอำนวยความสะดวกถือว่ามีความรอบที่จัดโครงการ ทั้งซูเปอร์มาร์เก็ต สถานีรถไฟฟ้าศูนย์ราชการ และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น



ภาพประกอบ 131 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โยมนำอยู่ (2561). คอนโด ศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์ Supalai Veranda Rattana Thitbet (ออนไลน์)



ป้ายด้านหน้าของโครงการ

ภาพประกอบ 132 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

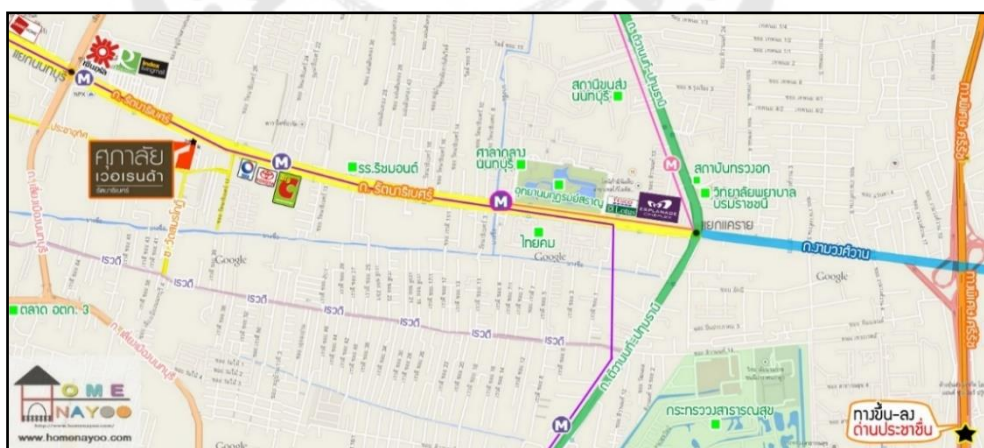
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 133 ทำเลที่ตั้งของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : ค่อนข้างมีความอุดมสมบูรณ์ เพราะอยู่ใกล้กับเซ็นทรัลพลาซา รัตนธิเบศร์ บิ๊กซี รัตนธิเบศร์ เอสพลานาด แคราย ร้านอาหารและร้านค้าในโครงการ หรือชวงเย็นมีตลาดนัดนกกฐอกอยู่ไม่ไกลจากตัวโครงการมากนัก สถานที่สำคัญที่ใกล้เคียงกับโครงการ ได้แก่ ศูนย์ราชการนนทบุรี กระทรวงสาธารณสุข สถานีขนส่งนนทบุรี โรงแรมริชมอนด์ เป็นต้น



ภาพประกอบ 134 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนธิเบศร์

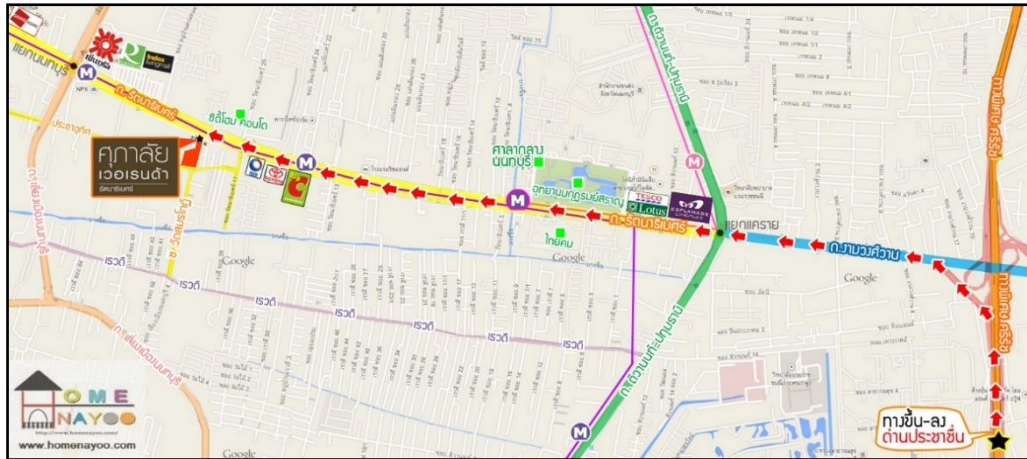
ที่มา: โฮมน่าอยู่ (2561). คอนโด ศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนธิเบศร์ Supalai Veranda Rattana Thibet (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 135 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว สำหรับการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวถือว่าสะดวกสบาย แต่ในช่วงเวลาเร่งรีบต้องเผื่อเวลาเดินทางไว้เช่นเดียวกันกับทำเลอื่นๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะหากต้องใช้ทางด่วนที่ต้องวนรถตรงสะพานกลับรถที่สถานีแยกถนนพหลโยธิน 1 เพื่อไปขึ้นทางด่วนงามวงศ์วาน ทำเลนี้มีรถค่อนข้างหนาแน่นเหมือนกัน และการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ที่ตั้งโครงการอยู่กึ่งกลางระหว่างสถานีแยกถนนพหลโยธิน 1 และสถานีบางกระสอบ โดยที่ระยะห่างประมาณ 450 - 500 เมตร ซึ่งถือว่าสามารถเดินไหวได้ ทำให้เพิ่มความสะดวกในการเดินทางได้พอสมควร ส่วนการเดินทางด้วยรถสาธารณะนั้นถือว่าสะดวกเช่นกัน เพราะมีป้ายรถประจำทางอยู่ไม่ไกลจากโครงการ โดยจะมีป้ายอยู่ที่ ซอยรัตนาธิเบศร์ 17 ระยะทางห่างประมาณ 200 เมตร ส่วนฝั่งตรงข้ามซึ่งเป็นเซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์ มีป้ายรถประจำทางที่ระยะทางห่างประมาณ 300 เมตร ทำให้สามารถวางแผนการเดินทางได้สะดวก



ภาพประกอบ 136 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โหม่นนำอยู่ (2561). คอนโด ศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์ Supalai Veranda Rattana Thibet (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 137 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 138 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 139 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 140 การคมนาคมของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการออกแบบของโครงการ : ดีไซน์และฟังก์ชันที่ดีที่สุด รูปแบบอาคารเน้นการใช้เส้นสายรูปทรงเรขาคณิตมาสร้างรูปแบบของการออกแบบ ผสมผสานระหว่างพื้นที่สีเขียว เพิ่มจุดดึงดูดความน่าสนใจให้กับอาคาร โดยเน้นที่การออกแบบ สวน และระเบียง เพิ่มความโดดเด่นด้วยเวอรินด์ การ์เด้น (Veranda Garden) สวนลอยฟ้าที่ชั้นบนของอาคาร รวมทั้งมีพ็อคเก็ต การ์เด้น (Pocket Garden) กระจายอยู่ในทุกๆ 2 ชั้นของที่พักอาศัย เพื่อเพิ่มพื้นที่ใกล้ชิดธรรมชาติ และมุมพักผ่อนให้กับผู้อาศัย อาคารโทนสีเอิร์ธโทน (Earth Tone) สีเทาอ่อนและสีน้ำตาล ดูเข้มขรึมแต่แทรกด้วยคูสีที่มีความสดใสเพื่อรองรับกับรูปแบบชีวิตของผู้พักอาศัย การออกแบบคำนึงถึงความประหยัดพลังงาน เน้นการออกแบบเพื่อตอบสนองการใช้งานจริง ซึ่งสื่อถึงรูปทรงของอาคารหรือวัตถุที่ควรจะเป็นไปตามการใช้สอยหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ให้ความสำคัญกับระบบหมุนเวียนอากาศทิศทางแสงแดดและลม โดยการจัดวางผังอาคารเป็นรูปตัวแอล (L) การวางผังอาคารตามทิศเหนือ - ใต้ เพื่อหลีกเลี่ยงพื้นที่สัมผัสแดด (ความร้อน) โดยตรงจากทางทิศตะวันออกและตะวันตก (รับลมจากทางทิศใต้) รับวิวธรรมชาติ การระบายอากาศและ

ประหยัดพลังงานในทุกตำแหน่งห้องพัก เลือกใช้วัสดุที่ประหยัดพลังงาน โดยใช้กระจกสีเขียวตัดแสงเพื่อลดความร้อนจากภายนอกเข้าสู่ตัวอาคาร เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



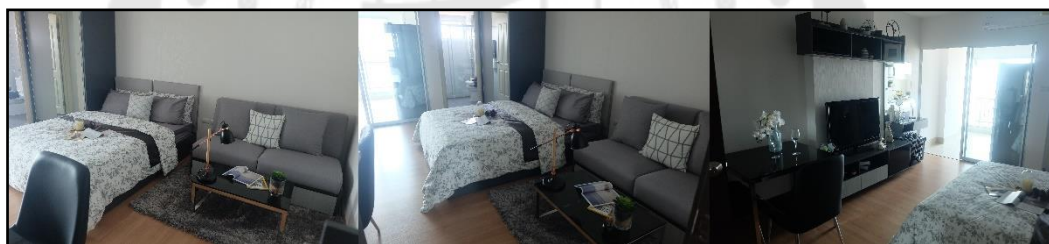
ภาพประกอบ 141 แปลนการออกแบบอาคารของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาภิเษร์

ที่มา: ริงออฟลิฟวิ่ง (2557b). Supalai Veranda รัตนาภิเษร์ คอนโด High Rise จาก Supalai [Preview] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 142 แปลนการออกแบบห้องของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ธิงอพลีฟวิง (2557b). Supalai Veranda รัตนาธิเบศร์ คอนโด High Rise จาก Supalai [Preview] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 143 ห้องตัวอย่างของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : วัสดุตามมาตรฐานของโครงการ ห้องที่โครงการขายมีทั้งแบบเฟอร์นิเจอร์พร้อมส่วนลด หรือเลือกรับส่วนลดพิเศษ 2 เท่า เพื่อเป็นทางเลือกกว่าจะเลือกเป็นเฟอร์นิเจอร์ชิ้นหลักๆ ตกแต่งห้องพร้อมส่วนลด หรือจะเลือกเป็นส่วนลดพิเศษเริ่มต้น 110,000 บาทก็ได้



ภาพประกอบ 144 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 145 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย เวอเรนต้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 146 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



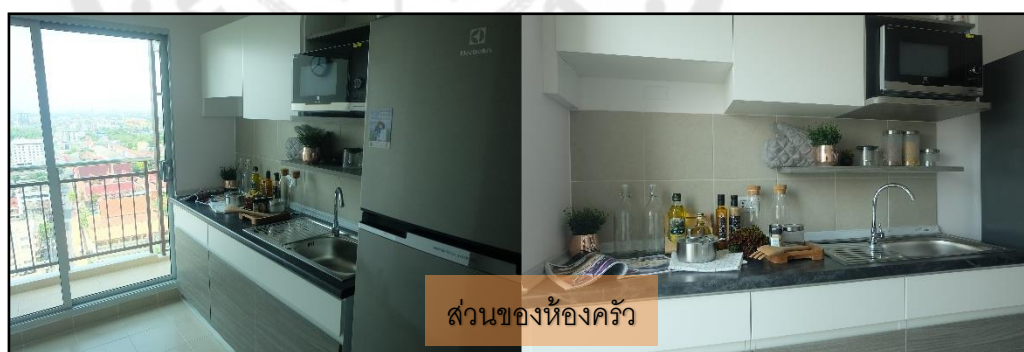
ภาพประกอบ 147 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



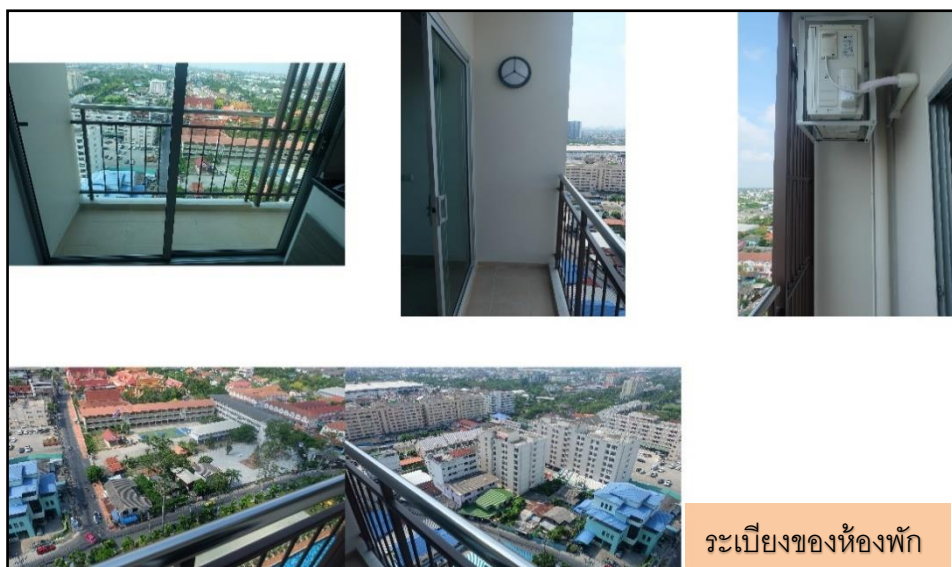
ภาพประกอบ 148 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 149 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 150 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ : สิ่งอำนวยความสะดวกถือว่าจัดมาครบถ้วนตามสไตล์ของศุภาลัย ได้แก่ สระว่ายน้ำแบบไร้ขอบ (Infinity Edge) ขนาด 9x36 เมตร พร้อมเทอร์เรสที่ชั้น 6 เพื่อรองรับการใช้งาน โดยที่ชั้น 33 จะเป็นห้องออกกำลังกายลอฟท์ฟ้า, สวนหย่อม และสกายแลนจ์ ส่วนชั้นล่างที่เป็นพื้นที่ล๊อบบี้ นั้น ยังมีร้านค้าและที่จอดรถซึ่งมีทั้งในอาคารตั้งแต่ชั้น 1 - 5 และภายนอกบริเวณรอบอาคาร



ภาพประกอบ 151 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 152 อาคารณัฐปภังค์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนานิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 153 อาคารณัฐปภังค์ของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนานิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 154 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 155 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 156 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 157 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 158 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 159 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 160 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 161 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 162 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 163 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 164 สาธารณูปโภคของโครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคอนโดมิเนียมศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์ (Supalai Veranda Rattana Thibet) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะว่า ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีบางกระซอ ระยะห่างเพียง 380 เมตร และอยู่ติดกับ ถนนรัตนาธิเบศร์ ซึ่งสะดวกในการเดินทางทั้งเข้า - ออก ในเมืองและนอกเมือง ความอุดมสมบูรณ์ บริเวณรอบโครงการถือว่าดี บริเวณนั้นมีทั้งร้านค้า ร้านอาหาร บิ๊กซี รัตนาธิเบศร์ และห้างเซ็นทรัล พลาซ่า รัตนาธิเบศร์ ส่วนการคมนาคมถือว่าสะดวกมากทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัวและการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ สามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง การออกแบบอาคารและห้องพักถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของศุภาลัยที่ขอปรับรูปแบบทรงเรขาคณิตเข้ามาช่วยดึงดูดความสนใจได้ วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ และสาธารณูปโภคเป็นไปตามมาตรฐานของศุภาลัยอยู่แล้ว ถือว่าคุ้มค่าราคาในการตัดสินใจซื้อ โครงการนี้เหมาะกับ ผู้ที่ทำงานอยู่ในย่านนนทบุรี หรือในเมือง และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวหรือรถไฟฟ้า และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ จำนวนห้องของโครงการค่อนข้างมีความหนาแน่น ส่วนกลางอาจไม่เพียงพอต่อจำนวนของลูกบ้านที่เข้ามาใช้บริการ

3. โครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ (A Space Me Rattana Thibet)

- 3.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)
- 3.2 สถานี: แยกนนทบุรี 1
- 3.3 ระยะห่างจากสถานี: 300 เมตร
- 3.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise)
- 3.5 จำนวนอาคาร: 1 อาคาร
- 3.6 จำนวนชั้น: 22 ชั้น
- 3.7 จำนวนห้อง: 400 ยูนิต และร้านค้า 5 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 405 ยูนิต
- 3.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:
 - 3.8.1 ชั้นที่ 5
 - 1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 24 ยูนิต
 - 1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต
 - จำนวนห้องต่อชั้น 26 ยูนิต
 - 3.8.2 ชั้นที่ 6 – 17
 - 1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 24 ยูนิต
 - 1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 26 ยูนิต

3.8.3 ชั้นที่ 18

1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 17 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 19 ยูนิต

3.8.4 ชั้นที่ 19

1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 9 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

3.8.5 ชั้นที่ 20 – 22

1 Bedroom / 25.00 ตารางเมตร / 9 ยูนิต

1 Bedroom / 31.10 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

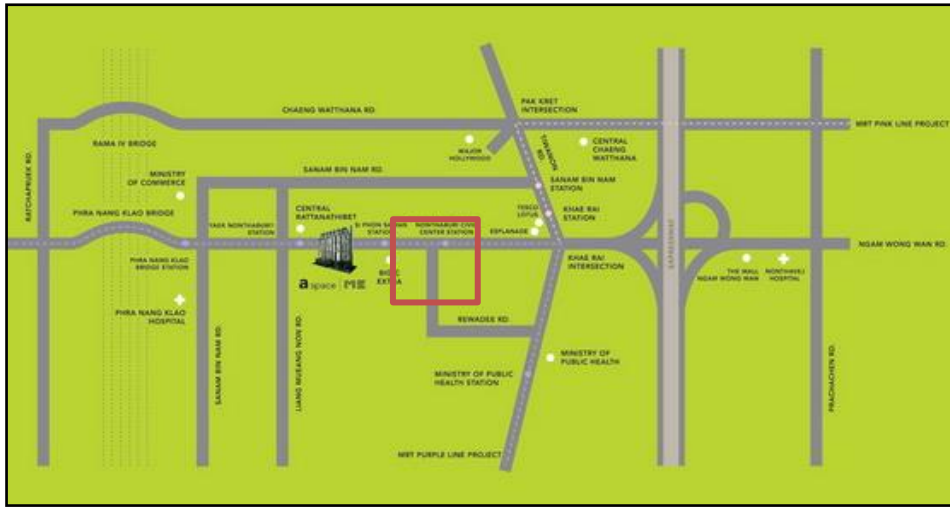
จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

3.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 1.69 ล้านบาท

3.10 จำนวนที่จอดรถ (%): 40% รวมจอดชั้นบน

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : โครงการมีพื้นที่ลึกเข้าไปจากถนนใหญ่ประมาณ 20 เมตร จุดเด่นของโครงการ คือ ตั้งอยู่ใกล้กับรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีแยกถนนพหลโยธิน 1 ประมาณ 300 เมตร และอยู่ติดริมถนนรัตนาธิเบศร์ จุดสังเกตและเป็นข้อได้เปรียบคือ ลูกบ้านสามารถเดินข้ามสะพานลอยมายังฝั่งตรงข้ามเชื่อมกับโครงการเป็นห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์ ทั้งนี้นอกจากห้างสรรพสินค้า ยังมีทั้งอาคารสำนักงาน สถานที่ราชการ ร้านค้า ร้านอาหารและบ้านพักอาศัย รวมถึงคลองบางซื่อด้วย นอกจากนี้ถือว่าเป็นทำเลที่เดินทางสะดวก เพราะอยู่ระหว่างจุดกัลป์รถเก็อกม้า ของทั้งฝั่งที่มาจากแคราย และฝั่งที่มาจากบางบัวทอง และอยู่ใกล้กับถนนเลียบเมืองนนทบุรี ไม่ต้องไปกัลป์รถไกล เรียกได้ว่าทำเลที่ตั้งโครงการอยู่ในจุดที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน แม้วันนี้อาจจะคึกคักแบบร้อยเปอร์เซ็นต์เพราะเมื่อกำลังเติบโต บริเวณรอบโครงการนั้นทางทิศเหนือ อยู่ติดกับอาคารแถวพาณิชย์สูง 4 ชั้น ทางทิศใต้ อยู่ติดกับบ้านเดี่ยว / ทาวน์เฮ้าส์สูง 2 – 3 ชั้น ทางทิศตะวันออก อยู่ติดกับบ้านเดี่ยว / ทาวน์เฮ้าส์สูง 2 – 3 ชั้น และทิศตะวันตก อยู่ติดกับอยู่ติดกับบ้านเดี่ยว / ทาวน์เฮ้าส์สูง 2 ชั้น และอู่รถยนต์สูง 3 ชั้น



ภาพประกอบ 165 ทำเลที่ตั้งของโครงการเอ สเปซ มี รัตนธิเบศร์

ที่มา: โยมชুমเมอ (2561a). A space Me Rattana Thibet (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 166 ทำเลที่ตั้งของโครงการเอ สเปซ มี รัตนธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ทางเข้า - ออก ของโครงการ

ภาพประกอบ 167 ทำเลที่ตั้งของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : บริเวณรอบโครงการส่วนมากเป็นบ้านเดี่ยว อาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ยังใกล้กับห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลพลาซา รัตนาธิเบศร์ บิ๊กซี รัตนาธิเบศร์ โลตัส รัตนาธิเบศร์ เอสพลานาด แคราย พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน โรงพยาบาลนนทเวช โรงพยาบาลบาราศนราดูร โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า ศูนย์ราชการ นนทบุรี และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ค่อนข้างครบครัน เนื่องจากการพัฒนาของรถไฟฟ้าสายสีม่วงจึงทำให้พื้นที่เริ่มมีการพัฒนาทั้งคอนโดมิเนียมและพื้นที่พาณิชย์กรรม ร้านค้าต่างๆ จึงนำความเจริญและความคึกคักมาสู่ย่านนี้มากขึ้นทุกวัน



ภาพประกอบ 168 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

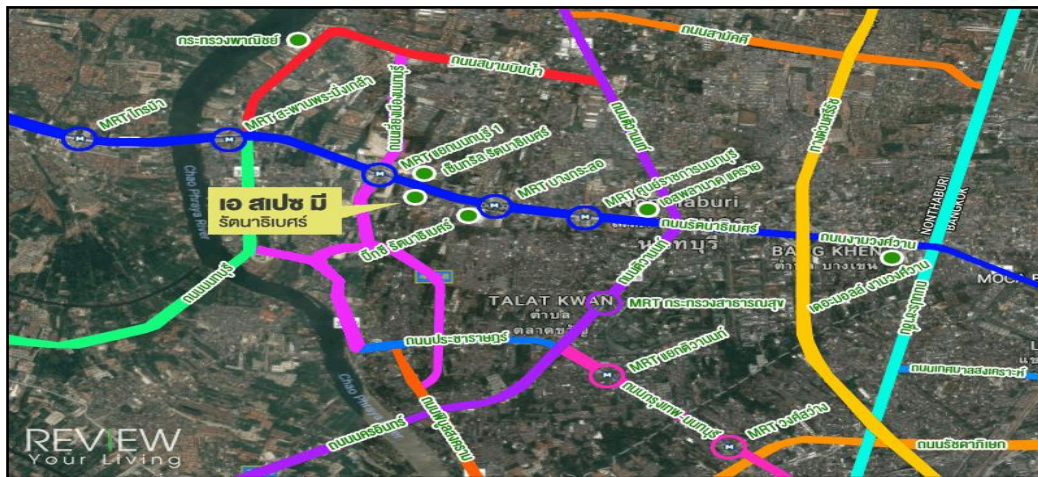


ภาพประกอบ 169 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โฮมซুমเมอ (2561a). A space Me Rattana Thibet (ออนไลน์)

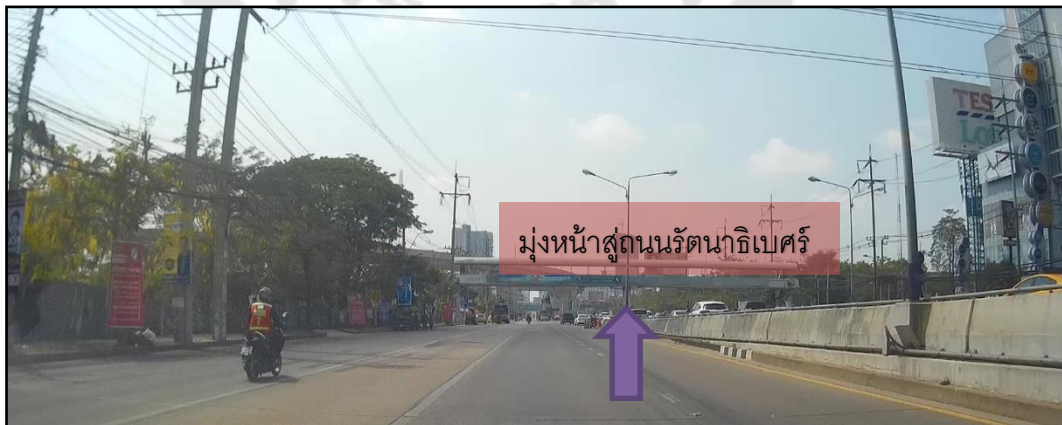
ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากถนนรัตนธิเบศร์ เป็นถนนสายสำคัญเส้นหนึ่งของจังหวัดนนทบุรีที่เชื่อมต่อกับถนนหลายเส้นทาง ทำให้สามารถเดินทางเข้า – ออกตัวเมืองได้อย่างสะดวก ตัวโครงการอยู่ใกล้ทางด่วนพิเศษศรีรัช

ระยะห่างเพียง 5 กิโลเมตร และการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ โครงการอยู่ห่างจากรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีแยกถนนทบุรี 1 เพียง 300 เมตร แม้ไม่มีรถยนต์หรือต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรติดขัดสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก



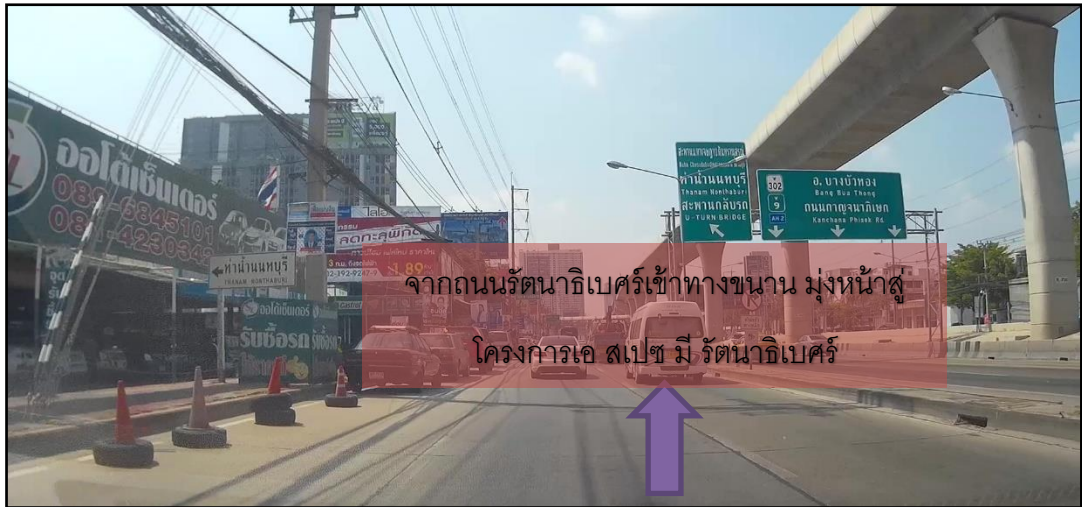
ภาพประกอบ 170 การคมนาคมของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: รีวิวอสังหาริมทรัพย์ (2560). A space Me รัตนาธิเบศร์ บนทำเลสะดวกสบายเชื่อมต่อกลางเมือง ครบครันทุกสิ่งที่คุณต้องการ (ออนไลน์)



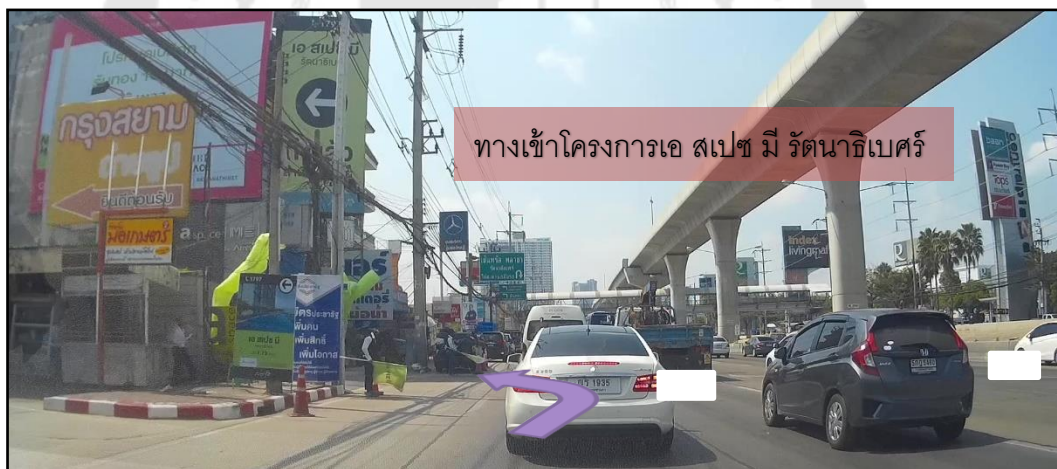
ภาพประกอบ 171 การคมนาคมของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 172 การคมนาคมของโครงการเอ สเปซ มี รัตนภิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 173 การคมนาคมของโครงการเอ สเปซ มี รัตนภิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการออกแบบของโครงการ : มีการออกแบบตัวอาคารดูทันสมัยและเรียบง่าย สไตล์โมเดิร์น มินิมอลลิส (Modern Minimalist) และด้วยการออกแบบห้องพักที่สามารถทำให้เกิดการใช้งานที่ลงตัว ในพื้นที่มีจำกัดเน้นการใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน อย่างเช่นการลดพื้นที่

ระเบียงที่เพิ่มพื้นที่ในห้องภายในตอบใจทักกับคนยุคใหม่ที่อยู่อาศัยคนเดียวหรือเพิ่งเริ่มมีครอบครัว

แปลนห้อง 1 Bedroom ขนาด 25 ตารางเมตร เมื่อเปิดประตูห้องเข้ามาพบกับ ส่วนของห้องครัวก่อน เคาน์เตอร์ครัวอยู่ทางด้านขวามือ ด้านซ้ายมือหลังประตูเป็นส่วนของห้องน้ำ ตรงเข้ามากลางห้องเป็นส่วนของห้องนั่งเล่น ด้านขวามือเป็นเคาน์เตอร์วางโทรทัศน์ ด้านซ้ายมือเป็นโซฟาซึ่งเชื่อมต่อกับพื้นที่ของส่วนห้องนอน โดยกั้นด้วยประตูกระจกบานเลื่อน ด้านขวามือตรงปลายเตียงเป็นตู้เสื้อผ้าและส่วนของระเบียง และข้างเตียงมีหน้าต่างกระจกบานเลื่อนมาห้ ส่วนแปลนห้อง 1 Bedroom ขนาด 32 ตารางเมตร เป็นห้องแบบหน้าต่างกว้าง โดยมีเพียง 2 ยูนิตต่อชั้น เมื่อเปิดประตูห้องเข้ามาพบกับส่วนของห้องครัวแบบเปิดทางด้านขวามือ ซึ่งห้องแบบนี้จะได้เครื่องดูดควันพร้อมเตาแก๊ส (Hood and Hob) ติดตั้งไว้ให้ด้วย ด้านซ้ายมือหลังประตูเป็นส่วนของห้องน้ำ จากส่วนของห้องครัวเชื่อมต่อกับส่วนของห้องนั่งเล่นด้านขวามือเป็นโซฟา ส่วนด้านซ้ายมือเป็นเคาน์เตอร์วางโทรทัศน์ เข้ามาทางด้านในสุดของห้องเป็นส่วนของห้องนอน กั้นด้วยประตูกระจกบานเลื่อน ส่วนปลายเตียงด้านซ้ายมือเป็นตู้เสื้อผ้าและส่วนของระเบียง



ภาพประกอบ 174 การออกแบบอาคารของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: รีวิวยัวร์ลิฟวิ่ง (2560). A space Me รัตนาธิเบศร์ บนทำเลสะดวกสบายเชื่อมต่อกกลางเมือง ครบครันทุกสิ่งที่คุณต้องการ (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 175 การออกแบบแปลนห้องของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: รีวิวยัวร์ลิฟวิ่ง (2560). A space Me รัตนาธิเบศร์ บนทำเลสะดวกสบายเชื่อมต่อกกลางเมือง ครบครันทุกสิ่งที่คุณต้องการ (ออนไลน์)

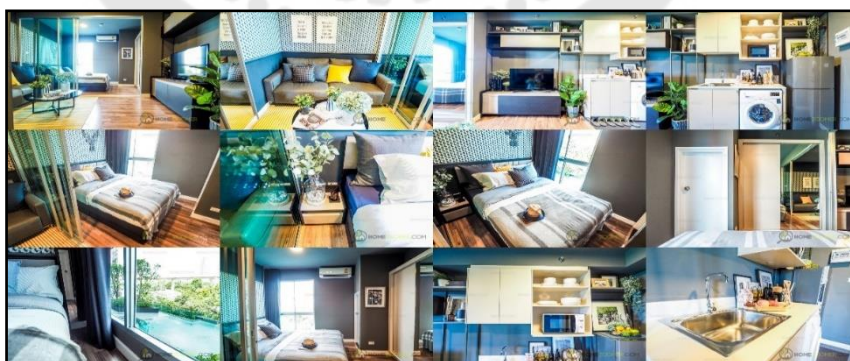
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : สิ่งที่โครงการให้มาถือว่าอยู่ในระดับค่อนข้างดีเป็นระดับกลางถึงสูง ซึ่งถือว่าสมเหตุสมผลกับราคาของโครงการ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ทางโครงการให้มา ได้แก่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า ไมโครเวฟ โทรทัศน์ และเครื่องทำน้ำอุ่น ส่วนเฟอร์นิเจอร์เป็นแบบบิลท์อิน (Built in) จากแบรนด์เอสบี เฟอร์นิเจอร์ (SB Furniture) ห้องครัวใช้วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ ดังนี้ ท็อปเคาน์เตอร์ครัว ใช้วัสดุหินควอตซ์ พร้อมซิงค์ล้างจาน ชั้นวางด้านบนส่วนที่เป็นประตูใช้ระบบปิดนุ่มนวล (Soft Close) ทั้งหมด พื้นห้องครัวเป็นกระเบื้องเซรามิก โดยใช้ของยี่ห้อ ลิกซิล (Lixil) ทั้งหมด ส่วนของห้องน้ำ สุขภัณฑ์ในห้องน้ำทั้งหมดใช้ยี่ห้อ โคห์เลอร์ (Kohler) อ่างล้างหน้าแบบวางบนเคาน์เตอร์ของยี่ห้อ มาร์เวล (Marvel) ฝักบัวและเครื่องทำน้ำอุ่นของยี่ห้อ อีเลคโตรลักซ์ (Electrolux) มีพื้นที่สำหรับวางของทั้งบนเคาน์เตอร์ทั้งสองด้าน และช่องใต้เคาน์เตอร์ พื้นห้องน้ำและผนังถูกปูด้วยกระเบื้องเซรามิก ขนาด 30 x 30 ทั้งห้อง พื้นในห้องนั่งเล่นเป็นลามิเนต เคาน์เตอร์วางโทรทัศน์มีขนาด 150 x 45 x 50 เซนติเมตร พร้อมชั้นวางด้านบน โซฟาขนาด 2 – 3 ที่นั่ง พร้อมโต๊ะกลาง ส่วนของพื้นที่ห้องนอน กั้นห้องด้วยประตูกระจกบานเลื่อน 3 ตอน เตี้ยนอนขนาด 5 ฟุต ปลายเตียงด้านขวามือคือตู้เสื้อผ้าแบบประตูบานเลื่อน ด้านซ้ายมือเป็นประตูออกไปส่วนของระเบียง บริเวณด้านข้างเตียงมีหน้าต่างกระจกจากบานเลื่อน เครื่องปรับอากาศใช้ของยี่ห้อ พานาโซนิค (Panasonic) ขนาด 15,000 BTU 1 ตัว

สวิตช์ไฟและปลั๊กไฟใช้ของยี่ห้อบิทิซิโน (Bticino) มีระบบตรวจจับอัคคีภัย หลอดไฟเป็นระบบ LED Downlight และไฟแบบโคม ประตูภายนอก แบบเปิดเดี่ยว HDF ปิดผิวลามิเนตสีขาว มือจับเป็นแบบก้านโยก และติดตั้งด้วยระบบ Digital Door Lock ประตูห้องน้ำ เป็นแบบบานเปิดเดี่ยว UPVC พื้นภายในห้องเป็นพื้นลามิเนตความหนา 8 มิลลิเมตร พื้นห้องครัว เป็นกระเบื้องแกรนิตโต้สีเทา ขนาด 60 x 60 เซนติเมตร พื้นระเบียงเป็นกระเบื้องเซรามิกสีเทาขนาด 30 x 30 เซนติเมตร



ภาพประกอบ 176 ห้องตัวอย่างขนาด 25 ตารางเมตร ของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โสมซุมเมอ (2561a). A space Me Rattana Thibet (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 177 ห้องตัวอย่างขนาด 32.10 ตารางเมตร ของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โสมซุมเมอ (2561a). A space Me Rattana Thibet (ออนไลน์)

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ : พื้นที่ส่วนกลางเป็นจุดเด่นของโครงการซึ่งถือว่าพื้นที่เหมาะสมกับจำนวนยูนิตของโครงการ มีการออกแบบที่คำนึงถึงด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยอย่างระบบคีย์การ์ดทั้งในส่วนลิฟท์โดยสารและห้องพัก และการที่ต้องผ่านชั้น 4 เท่านั้น ที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกก่อนมาถึงชั้น 5 มีความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกของแต่ละพื้นที่ทั้งห้องสมุด ห้องประชุมเป็นแบบ Co – space working สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย และส่วนกลางชั้น 19 เป็นพื้นที่สวนสีเขียว พร้อมที่นั่งพักผ่อน วิวจากชั้น 19 ทางทิศตะวันออกสามารถมองเห็นสถานีบางกระสอ ทางด้านขวามือได้ และชั้นนี้มีบันไดที่สามารถลงไปยังชั้น 18 ได้ด้วย วิวจากชั้น 18 ฝั่งทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ สามารถมองเห็นวิวฝั่งใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครได้



ภาพประกอบ 178 สาธารณูปโภคของโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โสมซุมเมอ (2561a). A space Me Rattathibet (ออนไลน์)

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคอนโดมิเนียมโครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ (A Space Me Rattathibet) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะทำเลที่ตั้งโครงการอยู่ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีแยกถนนพหลโยธิน 1 เพียง 200 เมตร และอยู่ติดกับถนนรัตนาธิเบศร์ โดยอยู่เยื้องตรงข้ามกับห้างเซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์ มี

ความสะดวกสบายในทุกๆ ด้าน บริเวณรอบโครงการมีความอุดมสมบูรณ์ของร้านค้า ร้านอาหาร ตลาดนัด และห้างสรรพสินค้า การคมนาคมถือว่ามีความสะดวกมากทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัว และ การใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้าสายสีม่วง รถแท็กซี่ วินมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น สามารถเดินทางได้หลากหลายเส้นทาง รวมถึงการใช้บริการทางด่วนที่อยู่ใกล้โครงการ นั่นคือ ทางด่วนพิเศษศรีรัช จุดขึ้น - ลง อยู่ที่ถนนงามวงศ์วาน การออกแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ในสไตล์ของอารียา โดยเฉพาะการออกแบบห้องมีการตกแต่งแบบ Modern Minimal เรียบง่าย ทันสมัย ดูดี ตามสไตล์ของคนรุ่นใหม่ วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ให้มาตามมาตรฐานและเหมาะสำหรับผู้พักอาศัยที่ชอบการตกแต่งห้องเอง โดยวัสดุหลักๆ ที่ใช้ มาจากยี่ห้อลิกซิล (Lixil) ซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีคุณภาพจากญี่ปุ่น ส่วนสาธารณูปโภคนั้นก็มีความเป็นมาตรฐานของคนโตมิเนียมในย่านนี้ โดยส่วนแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ชั้น 4 ที่มีทั้งห้องซักผ้า ห้องฟิตเนส ห้องประชุม เลานจ์ และสระว่ายน้ำแบบไร้ขอบ (Infinity Edge) อีกส่วนอยู่ชั้น 18 - 19 เป็นสวนสีเขียวอยู่ทางฝั่งทิศตะวันออก โครงการนี้เหมาะกับ ผู้ที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัย และเพื่อการลงทุน โดยเฉลี่ยปัจจุบันราคาปล่อยเช่า ห้องชุดขนาด 25 ตารางเมตร พร้อมเฟอร์นิเจอร์อยู่ที่ 7,000 - 8,500 บาทต่อเดือน และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ มีคู่แข่งในระดับราคาใกล้เคียงกันอยู่มากทั้งจากรายใหญ่ และรายกลาง ทำให้ต้องมีการแข่งขันกันอยู่มากพอสมควร อีกทั้งทำเลนี้ยังต้องรอการพัฒนาและรอคนที่จะย้ายถิ่นฐานมาอีกสักกระยะหนึ่ง ทำให้ตลาดคอนโดมิเนียมในย่านนี้อาจต้องรอการพัฒนาที่ชัดเจน

4. โครงการเซล รัตนาธิเบศร์ (Zelle Rattanathibet)

- 4.1 ชื่อบริษัทก่อตั้ง: บริษัท ปริญญสิริ จำกัด (มหาชน)
- 4.2 สถานที่: สะพานพระนั่งเกล้า
- 4.3 ระยะห่างจากสถานี: 450 เมตร
- 4.4 ประเภทคอนโดมิเนียม: คอนโดมิเนียมสูงน้อยกว่า 8 ชั้น (Low Rise)
- 4.5 จำนวนอาคาร: 8 อาคาร
- 4.6 จำนวนชั้น: 8 ชั้น
- 4.7 จำนวนห้อง: 570 ยูนิต รวมทั้งสิ้น 570 ยูนิต
- 4.8 ประเภทห้อง / ขนาดห้อง / จำนวนห้องต่อชั้น:
 - 4.8.1 ชั้นที่ 2 - 6
 - 1 Bedroom / 30.00 - 32.00 ตารางเมตร / 9 ยูนิต
 - 2 Bedroom / 51.00 - 53.00 ตารางเมตร / 2 ยูนิต
 - จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

4.8.2 ชั้นที่ 7 - 8

1 Bedroom / 30.00 – 32.00 ตารางเมตร / 7 ยูนิต

2 Bedroom / 51.00 – 53.00 ตารางเมตร / 2 ยูนิต

Duplex Room / 49.00 – 52.00 / 2 ยูนิต

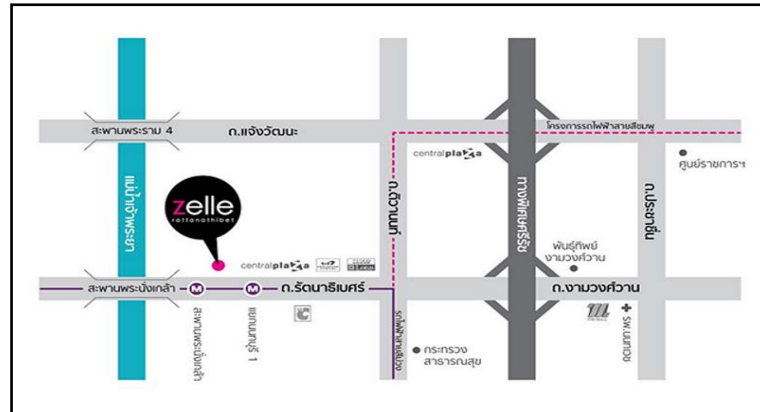
จำนวนห้องต่อชั้น 11 ยูนิต

4.9 ราคาเริ่มขาย ณ ปัจจุบัน: 1.75 ล้านบาท

4.10 จำนวนที่จอดรถ (%): 48% รวมจอดซ้อนคัน

วิเคราะห์ปัจจัยของโครงการเซล รัตนานิเบศร์

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ : จุดเด่นของโครงการนี้คืออยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วงสถานี สะพานพระนั่งเกล้า ระยะห่างเพียง 450 เมตร และอยู่ติดกับถนนรัตนานิเบศร์ ทำเลนี้เหมาะสำหรับคนที่ทำงานหรือมีลูกเรียนอยู่ในฝั่งนนทบุรี เพราะเป็นจุดใจกลางเมืองนนทบุรี มีทั้งถนนรัตนานิเบศร์ ถนนงามวงศ์วาน ตัดกับถนนติวานนท์ เป็นถนนเส้นหลักที่ใช้กันของคนย่านนี้ ส่วนทางด่วนที่อยู่ใกล้สุด คือทางด่วนพิเศษศรีรัช ขึ้น - ลง ที่ถนนงามวงศ์วานซึ่งมีระยะห่างจากโครงการประมาณ 5.4 กิโลเมตร ที่ดินของโครงการเป็นที่ดินสี่เหลี่ยมผืนผ้าวางตัวยาว ทิศใต้หรือด้านหน้าของโครงการอยู่ติดกับถนนรัตนานิเบศร์ บริเวณรอบโครงการส่วนใหญ่เป็นที่อยู่อาศัยแนวราบ อย่างเช่นบ้านหรือที่ดินว่างเปล่า ทิศเหนือหรือด้านหลังของโครงการอยู่ติดกับโครงการในอนาคตของปริญสิริเอง ถัดออกไปเป็นโครงการบ้านเดี่ยวสองชั้น ชื่อหมู่บ้านเปี่ยมสุข ส่วนทิศตะวันออกของโครงการอยู่ติดกับที่ดินบุคคลอื่น ถัดออกไปเป็นโครงการเดอะ ซิตี้ (The City) เป็นโครงการบ้านเดี่ยวสองชั้น ส่วนทิศตะวันตกอยู่ติดถนนเป็นอาคารพาณิชย์สูง 3 – 5 ชั้น ร้านสะดวกซื้อที่ใกล้ที่สุดคือ ซีพี เฟรชมาร์ท (CP Freshmart) ห่างจากทางเข้าโครงการประมาณ 110 เมตร



ภาพประกอบ 179 ทำเลที่ตั้งของโครงการเซล รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ริงออฟลิฟวิ่ง (2558). Zelle รัตนาธิเบศร์ คอนโด Low Rise สร้างเสร็จพร้อมอยู่
 ใกล้เคียงไฟฟ้าสายสีม่วง จาก ปริณูสิริ [รีวิวฉบับที่ 710] (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 180 ทำเลที่ตั้งของโครงการเซล รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

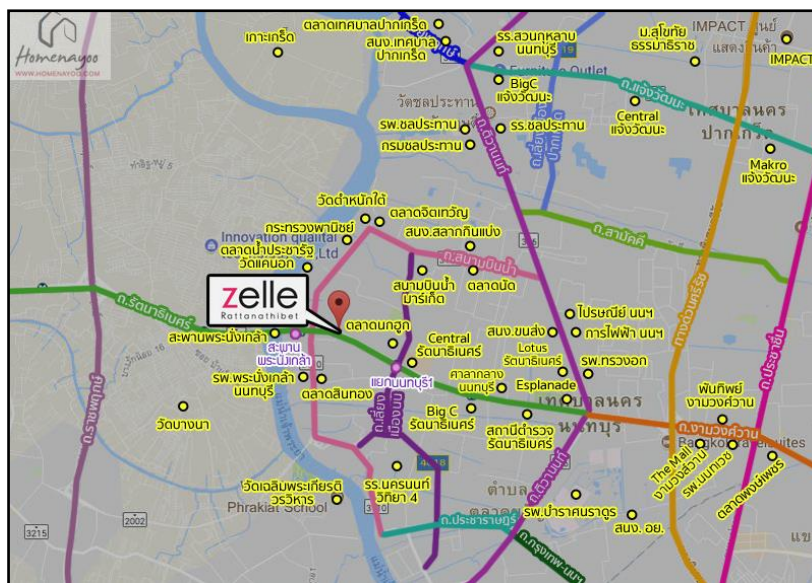
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ : ที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านพักอาศัย พื้นที่
 ใกล้เคียงเป็นหมู่บ้าน อยู่ไม่ไกลจากสถานีราชการ ตลอดสองข้างทางถนนรัตนาธิเบศร์มี
 ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าร้านมากมาย ใกล้โครงการจะมีตลาดนัดนกฮูก เป็นตลาดนัดที่มีร้านค้า

และร้านอาหารมากมาย ถ้าไปเส้นสนามบินน้ำมีกระทรวงพาณิชย์ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากตลาดจิต เป็นตลาดสดที่มีทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้เลือกซื้อ หรือไปตรงเส้นเลี้ยวเมืองนนทบุรีติดกับถนนสนามบินน้ำมีสนามบินน้ำมาร์เก็ตตรงบริเวณนี้มีโลตัส เอ็กเพรส และร้านอาหารมากมาย สำหรับถนนรัตนานิเบศร์นั้นมีทั้งเซ็นทรัลพลาซ่า รัตนานิเบศร์, บิ๊กซี รัตนานิเบศร์ ถ้าตรงไปถนนงามวงศ์วานมีห้างเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน ห้างพันทิพย์พลาซ่า งามวงศ์วาน เอสพลานาด แคราย และมีทั้งโรงพยาบาลและศูนย์ราชการหลายแห่ง จึงเป็นเส้นที่มีความคึกคักมากที่สุดทีเดียว หรือถ้าไปตรงสามแยกบางใหญ่มีทั้งห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ ตลาดสดและโรงพยาบาล โดยห้างสรรพสินค้าใหญ่คือ เซ็นทรัลพลาซ่า เวสต์เกต ภายในมีร้านอาหารและร้านค้าให้เลือกมากมาย



ภาพประกอบ 181 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเซด รัตนานิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 182 ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการเซลล์ รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โฮมνάอยู่ (2559). รีวิว คอนโด Zelle รัตนาธิเบศร์ ขายแบบ Fully Furnished ราคาเริ่มต้น 1.69 ล้านบาท (ออนไลน์)

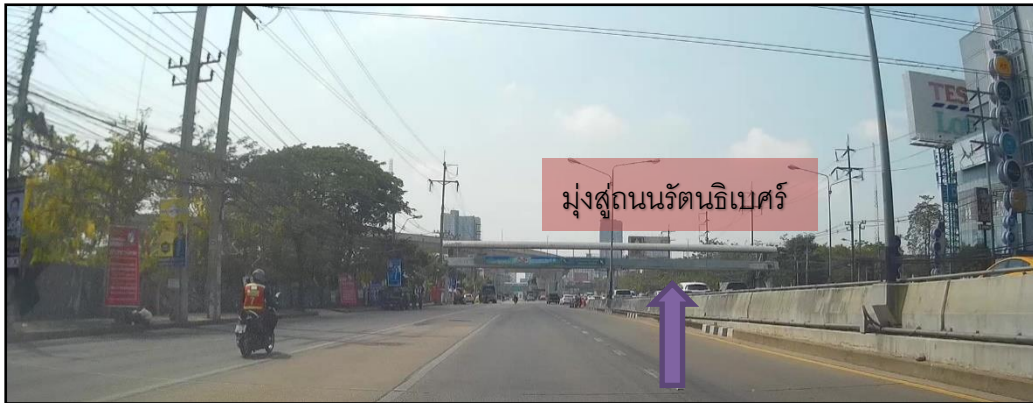
ด้านการคมนาคมของโครงการ : การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ถือว่าสะดวก เนื่องจากหน้าโครงการเป็นถนนใหญ่รัตนาธิเบศร์ เชื่อมต่อกับถนนหลายสาย ถ้ารู้จักัดเลาะเส้นทางก็จะทำให้เดินทางได้สะดวก อีกทั้งยังเป็นถนนเส้นหลักที่สามารถตรงข้ามสะพานพระนั่งเกล้าไปยังบางใหญ่, ราชพฤกษ์, บางกรวย ไทรน้อย และถ้าตรงไปจนถึงสามแยกบางใหญ่จะเป็นจุดที่เชื่อมกับถนนกาญจนาภิเษกเส้นนี้สามารถตรงไปจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดปทุมธานีได้ ดังนั้นถ้าเข้าหรือออกนอกเมืองไปต่างจังหวัดเส้นนี้ถือว่าสะดวกอีกเส้น ส่วนเส้นราชพฤกษ์นั้นวิ่งไปยังเชื่อมกับถนน 345 ไปยังนนทบุรีหรือจะลงไปทางนครินทร์, ปิ่นเกล้า หรือจากถนนรัตนาธิเบศร์ตรงเข้าตัวเมืองนนทบุรี สามารถตรงไปถนนงามวงศ์วานและถนนติวานนท์ วิ่งเข้าถนนเลี้ยวเมืองนนทบุรี เพื่อเลี่ยงปัญหารถติดช่วงแยกแครายได้ จากถนนติวานนท์เข้าถนนสนามบินน้ำ ลัดเข้าโครงการเป็นอีกเส้นทางที่สามารถสัญจรได้ ถ้าวิ่งตรงเข้าถนนงามวงศ์วานสามารถไปยังถนนประชาชื่น พหลโยธิน ดอนเมือง และเข้าเส้นรัชดาได้ไม่ยาก หรือถ้าตรงไปตามเส้นติวานนท์ก็สามารถวิ่งไปทางรังสิตได้ และการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ สะดวกมากทีเดียว เพราะถนนหน้าโครงการมีรถโดยสารประจำทางเป็นระยะ อีกทั้งยังมีรถตู้สาธารณะอีกหลายสายไปยังจุดจักร งามวงศ์วาน สีลม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถนนติวานนท์ เป็นต้น หรือจะไปทางท่าหน้า

นนท์สามารถนั่งรถกะปือจากหน้าโครงการได้เลย อีกทั้งยังไม่ไกลจากรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยสถานีที่ใกล้ที่สุดคือสถานีสะพานพระนั่งเกล้าสามารถเดินไปได้ หรือนั่งมอเตอร์ไซค์รับจ้างเพื่อไปยังสถานีแยกนนทบุรี 1 ซึ่งแล้วแต่ความสะดวกของลูกค้า โดยเส้นทางนี้ปลายทางเป็นสถานีเตาปูน จะเชื่อมกับรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ซึ่งเป็นเส้นทางวิ่งในตัวกรุงเทพมหานคร มีระยะห่างจากโครงการ ประมาณ 450 เมตร



ภาพประกอบ 183 การคมนาคมของโครงการเซลด รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โฮมน่าอยู่ (2559). รีวิว คอนโด Zelle รัตนาธิเบศร์ ขายแบบ Fully Furnished ราคาเริ่มต้น 1.69 ล้านบาท (ออนไลน์)



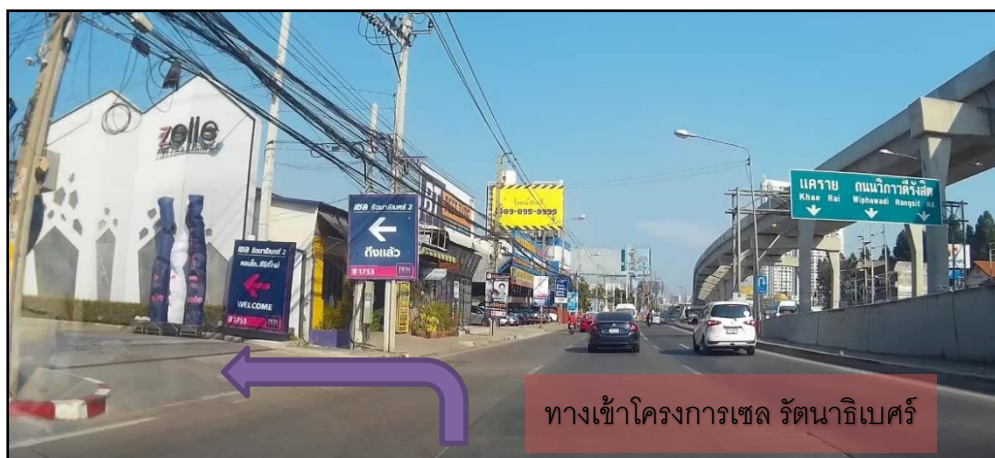
ภาพประกอบ 184 การคมนาคมของโครงการเซด รัตนนิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 185 การคมนาคมของโครงการเซด รัตนนิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 186 การคมนาคมของโครงการเซล รัตนานิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านการออกแบบของโครงการ : แปลนของอาคารจากถนนใหญ่เข้ามาภายในโครงการ เจอสำนักงานขายก่อน ถัดเข้ามาเป็นอาคารพักอาศัย 1 – 6 อาคาร ไล่ตามลำดับเข้ามาด้านใน ระยะจากถนนใหญ่หน้าโครงการจนถึงอาคาร 6 ระยะประมาณ 250 เมตร ส่วน อาคาร 7 และ 8 อยู่ฝั่งตรงข้ามของอาคาร 4 และ 5 โดยอาคารขนานสระว่ายน้ำและคลับเฮ้าส์ของโครงการ การเข้า – ออกเป็นระบบ Access Card สแกนที่ทางเข้าอาคารทั้งผู้พักอาศัย รถจักรยานยนต์และรถยนต์ อาคาร 1 – 6 วางด้านยาวตามทิศตะวันออกและทิศตะวันตก ห้องพักอาศัยที่อยู่ทางฝั่งทิศตะวันออกจะได้รับแสงแดดในช่วงเช้า ขณะที่ห้องทางฝั่งทิศตะวันตกได้รับแสงแดดช่วงบ่าย ซึ่งมีความร้อนกว่าอีกฝั่ง อาคาร 7 ห้องพักอาศัยฝั่งที่หันหน้าเข้าวิวสระว่ายน้ำได้บรรยากาศที่ดีกว่าได้รับลมเพื่อระบายอากาศและได้รับแสงแดดกำลังพอดี ซึ่งอยู่ทางทิศเหนือ และเทียบกับห้องพักอาศัยที่หันออกด้านนอกอาคารไปทางทิศใต้เจอแสงแดดที่ส่องเข้าห้องทั้งวัน มีแนวโน้มทำให้ห้องพักอาศัยฝั่งนี้เปลืองค่าไฟฟ้ามากกว่าฝั่งทิศอื่น ส่วนอาคาร 8 มีการหันไปทางสระว่ายน้ำ ได้วิวของพื้นที่ส่วนกลางแต่เจอแสงแดดที่ร้อนจากทางทิศใต้ อาคารทั้งหมดมีแปลนที่คล้ายกันหมด แตกต่างกันที่ตำแหน่งทางเข้าและโถงลิฟท์

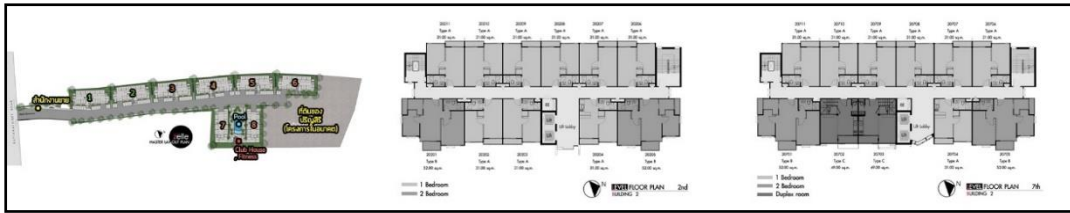
แปลนอาคาร ชั้นล่างสุดของอาคารเป็นพื้นที่จอดรถ โดยสามารถจอดได้ทั้งด้านหน้าอาคารและใต้อาคาร อีกส่วนคือโถงทางเข้าอาคารสามารถเข้าได้ทั้งสองทาง จากด้านหน้ามีที่นั่งรองรับไว้สำหรับรอและพักผ่อนและจากที่จอดรถด้านหลังมีวิถีโอดคอล สามารถกดหาเจ้าของห้องด้านบนให้เปิดล็อกเพื่อเข้ามาภายในอาคารได้ เข้ามาด้านในอาคารเป็นโถงลิฟท์ มีลิฟท์

โดยสาร 2 ตัวและช่องจดหมาย ส่วนห้องพักอาศัยเริ่มที่ชั้น 2 แปลนอาคารของชั้น 2 – 6 คล้ายกัน คือ มีห้องพักอาศัย 11 ยูนิตต่อชั้น 9 ยูนิตของชั้นเป็นแบบ 1 Bedroom ส่วนยูนิตห้องมุม 2 ยูนิต เป็นแบบ 2 Bedroom มีลิฟท์ 2 ตัวและบันไดหนีไฟ 2 ฝั่ง ส่วนชั้น 7 -8 แปลนคล้ายกัน ส่วนที่ แตกต่างกันคือ มีห้อง Duplex Room หรือห้องพักอาศัยแบบสองชั้น เพิ่มมาเป็น 2 ยูนิต โดยห้อง 1 Bedroom มี 7 ยูนิต ห้อง 2 Bedroom 2 ยูนิต และห้อง Duplex Room 2 ยูนิต ด้านถนนทางเข้า โครงการเป็นถนนกว้างประมาณ 10 เมตร ทางเข้า – ออกของโครงการนี้ปูผิวด้วยพื้นคอนกรีตสแตมป์ ส่วนลิฟท์เป็นแบบไม่ล็อกชั้น และโถงทางเดินกว้าง 1.5 เมตร ที่ชานพักมีหน้าต่างมาให้ทั้งสองฝั่ง ฝั่ง ละบาน เป็นหน้าต่างบานกระทุ้ง

แปลนห้องแบบ 1 Bedroom จากทางเข้าห้องเปิดมาเจอส่วนของห้องครัวอยู่ด้าน ซ้ายมือและประตูห้องน้ำอยู่ด้านขวามือ ห้องแบบนี้ให้ความสำคัญกับห้องนั่งเล่น โดยห้องนั่งเล่น อยู่ติดกับส่วนระเบียง ซึ่งเป็นช่องนำแสงธรรมชาติเข้าสู่ส่วนห้องครัวและโต๊ะรับประทานอาหาร พื้นที่ห้องนั่งเล่นนั้น ระเบียงดูโทรทัศน์ประมาณ 2 เมตรกว่า ห้องนั่งเล่นอยู่ติดประตูบานเลื่อนแบบ 2 บานเปิดออกไปที่ระเบียง ส่วนห้องนอน มีที่วางโต๊ะข้างเตียงและโต๊ะเครื่องแป้งได้อย่างลงตัว ข้าง เตียงเป็นตู้เสื้อผ้า ส่วนห้องน้ำมีการแยกส่วนของพื้นที่เปียกและแห้งด้วยฉากกันห้องเป็นกระจก

แปลนห้องแบบ 2 Bedroom จากทางเข้าเปิดมาเจอส่วนของห้องครัวเป็นแบบเปิด ส่วนกลางของห้องเป็นห้องนั่งเล่นอยู่ติดกับระเบียง มีทางเดินไปมายังห้องนอนใหญ่และห้องน้ำ ห้องนอนใหญ่ ส่วนห้องนอนเล็กจัดวางไว้อีกฝั่งหนึ่ง ส่วนอื่นๆจะมีความคล้ายคลึงกับแบบแรก

แปลนห้องแบบ Duplex Room มีทั้งหมด 2 ชั้น 1 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ ชั้นล่างเข้ามา เจอบันไดทางขึ้นชั้น 2 อยู่ด้านข้าง มีห้องน้ำแบบไม่มีส่วนอาบน้ำ (Powder Room) อยู่อีกฝั่ง หนึ่งของประตู ถัดออกไปเป็นส่วนของห้องครัวมีโต๊ะรับประทานอาหาร และมีประตูที่สามารถเปิด ออกไปยังส่วนของระเบียงได้ ห้องนั่งเล่นเป็นแบบเพดานสูง (Double Floor) ส่วนชั้น 2 จัดเป็น ห้องนอนและห้องน้ำในตัว



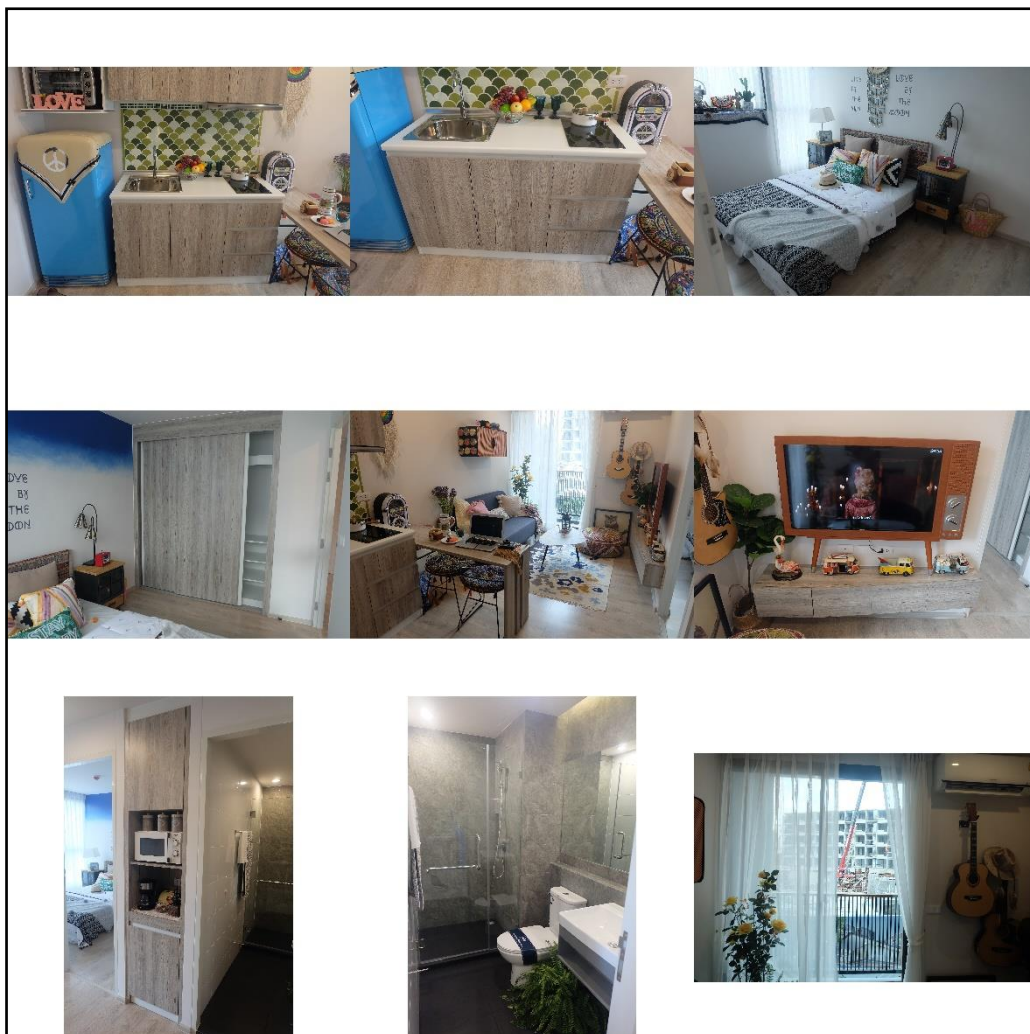
ภาพประกอบ 187 แปลนการออกแบบอาคารของโครงการเซลล์ รัตนาธิเบศร์

ที่มา: โยมน่าอยู่ (2559). รีวิว คอนโด Zelle รัตนาธิเบศร์ ขายแบบ Fully Furnished
ราคาเริ่มต้น 1.69 ล้านบาท (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 188 รูปแบบอาคารของโครงการเซลล์ รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 189 รูปแบบห้องของโครงการเซล รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

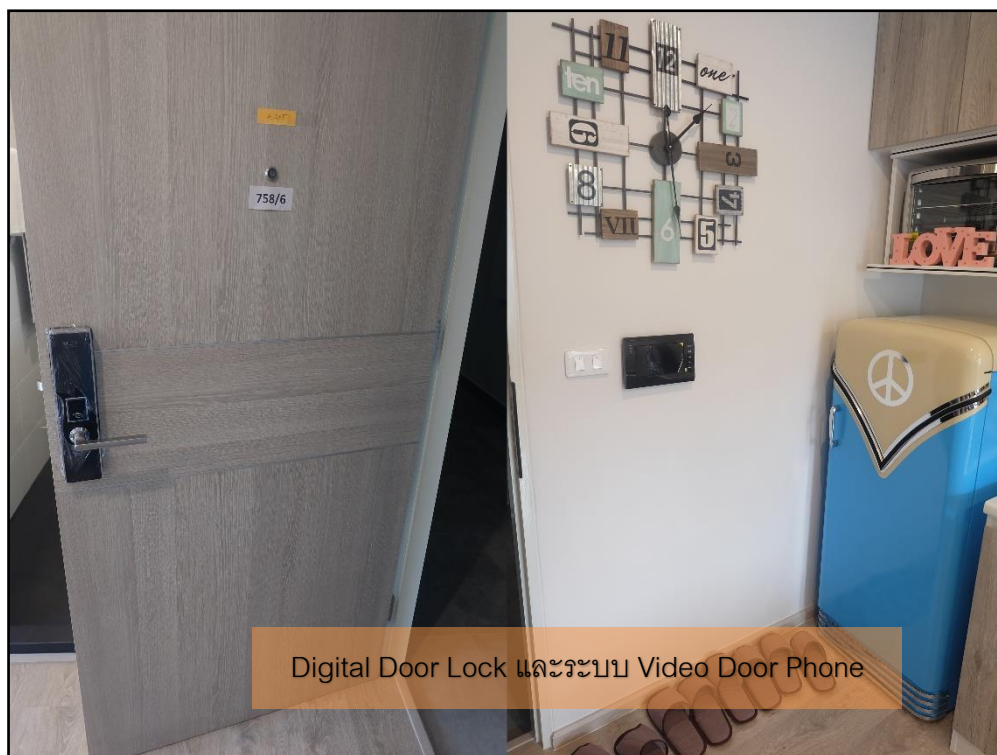
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ : วัสดุถือว่าให้มาดีทีเดียว ห้องแต่งแบบเฟอร์นิเจอร์ครบครัน (Fully Furnished) โดยให้เฟอร์นิเจอร์บิวท์อิน (Built in) ของอินเด็กซ์ ลิฟวิ้งมอลล์ (Index livingmall) ที่ออกแบบมาให้พอดีกับห้องอย่างลงตัว พร้อมกับ Digital Door Lock ให้กับทุกห้อง พร้อมติดตั้งระบบ Video Door Phone ให้ทุกห้อง และเครื่องปรับอากาศภายในห้อง วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ทุกแบบใช้เหมือนกันหมด แตกต่างกันเพียงรูปแบบห้อง โดยประตูทางเข้ามีขนาดสูงประมาณ 2.2 เมตร บานปิดผิวลามิเนตลายไม้ มีตาแมว และ Digital Door Lock เป็นมือจับแบบเขาควาง ภายในห้อง ตรงผนังด้านข้างติดตั้ง Video Door Phone ไว้ให้พร้อมใช้งาน เข้า

มาเจอส่วนครัวและห้องนั่งเล่นติดระเบียบ พื้นถึงฝ้าเพดานสูง 2.55 เมตร พื้นห้องเป็นไม้ลามิเนตหนา 8 มิลลิเมตร ผนังฉาบปูนเรียบทาสีขาว ชุดครัวจัดมาเป็นชุดรูปตัว L ของอินเด็กซ์ ลิฟวิงมอลล์ ปูพื้นด้วยไม้ลามิเนต ลายไม้สีน้ำตาลอ่อนอมเทา เหมือนส่วนของห้องนั่งเล่น ท็อปครัวเป็นฟอร์เมก้าสีเทา ซึ่งเป็นลามิเนตชนิดหนึ่ง มีคุณสมบัติที่แข็ง ทนต่อแรงกระแทก ความร้อน น้ำ และทำความสะอาดได้ง่าย อ่างล้างจานเป็นอ่างสแตนเลสแบบ 1 หลุม และเตาไฟฟ้าแบบ 2 หัว ของเตก้า (Teka) ตัวหน้าบานเปิด - ปิดทั้งหมดแบบนุ่มนวล (Soft Close) ลื่นชกเก็บข้อ - ส้อมมีสล๊อตมาให้ เพื่อจัดหมวดหมู่ได้ง่ายมากขึ้น ที่วางเตาไมโครเวฟอยู่ชั้นล่าง พร้อมเตาเสียบให้ด้านหลังเพื่อใช้งาน

ส่วนของห้องน้ำ ประตูห้องน้ำเป็นบานแบบ HDF สีขาว มีดีเกิ้ลระบายอากาศ มือจับเป็นเขาควายสแตนเลส สวิตช์ไฟหน้าตามมาตรฐาน พื้นห้องน้ำเป็นกระเบื้องแกรนิตโต้ผิวด้านสีขาวครีม ธรณีประตูห้องน้ำเป็นไม้ลามิเนต สุขภัณฑ์ห้องน้ำใช้ของอเมริกัน สแตนดาร์ด (American Standard) อ่างล้างมือเป็นทรงสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ด้านหลังอ่างล้างมือกับโถสุขภัณฑ์ทำเป็น Low Wall มาให้เพิ่มเพื่อสามารถวางของได้ ไฟในห้องน้ำเป็นแบบดาวนไลท์ (Downlight) ติดตั้งเครื่องดูดอากาศ มีที่ระบายน้ำสองส่วน คือส่วนเปียกและส่วนแห้ง ส่วนเปียกมีฉากกั้นห้องเป็นกระจกเทมเปอร์ และมีมือจับเป็นสแตนเลสรูปตัว U ใช้แขวนผ้าเช็ดตัวด้านนอกได้ ผนังด้านข้างมีเจาะช่องไว้สำหรับวางของใช้

ส่วนของห้องนั่งเล่นให้เฟอร์นิเจอร์ที่เป็นโซฟาเป็นแบบ 2 ที่นั่ง ด้านข้างของโซฟามีเตาเสียบไว้พร้อมใช้งาน โต๊ะรับประทานอาหาร สามารถปรับระดับให้เป็นโต๊ะกาแฟ หรือโต๊ะทำงานก็ได้ และชั้นวางโทรทัศน์ มีช่องเก็บของ 3 ช่อง เปิด - ปิด หน้าบานได้ 1 ช่อง ด้านบนติดเครื่องปรับอากาศของยอร์ก (York) ไฟเป็นหลอดตะเกียบครอบด้วยโคมทรงสี่เหลี่ยม และมีเครื่องตรวจจับควันติดมาให้ที่เพดานของห้อง ห้องนั่งเล่นติดอยู่กับบานประตูเลื่อนแบบ 2 บาน สามารถเปิดออกไปที่ระเบียงได้ ประตูกรอบเป็นอลูมิเนียมสีดำ กระจกเขียวตัดแสง พื้นระเบียงปูด้วยเซรามิกสีเทา พร้อมก๊อกน้ำสแตนเลส คอยล์ร้อนทั้งสองตัว (ห้องนั่งเล่นกับห้องนอน) แขนงไว้และเป่าลมร้อนระบายออกนอกระเบียง

ส่วนของห้องนอน ประตูเป็นบาน HDF สีขาว มือจับประตูเป็นเขาควายสแตนเลส เตี้ยขนาด 5 ฟุต หัวเตียงและฐานเตียงบุด้วยผ้าสีเทา ตู้เสื้อผ้าเป็นแบบบานเลื่อน ช่วยประหยัดพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น ห้องนอนฝั่งหนึ่งเป็นหน้าต่างแบบเต็มหน้ากว้างนั่ง ด้านบนเป็นบานเลื่อนแบบ 2 บาน ส่วนอื่นเป็นหน้าต่างบานนิกซ์



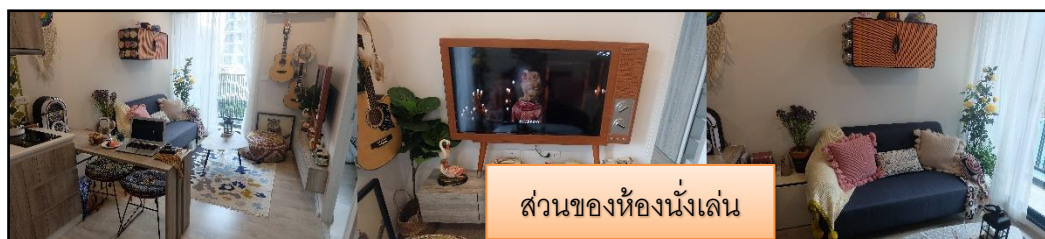
ภาพประกอบ 190 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 191 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



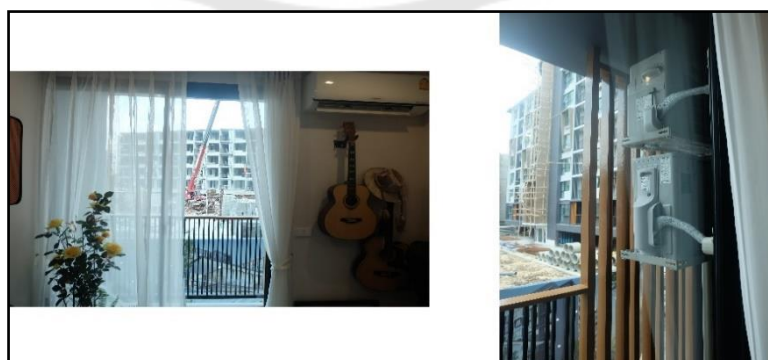
ภาพประกอบ 192 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 193 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์

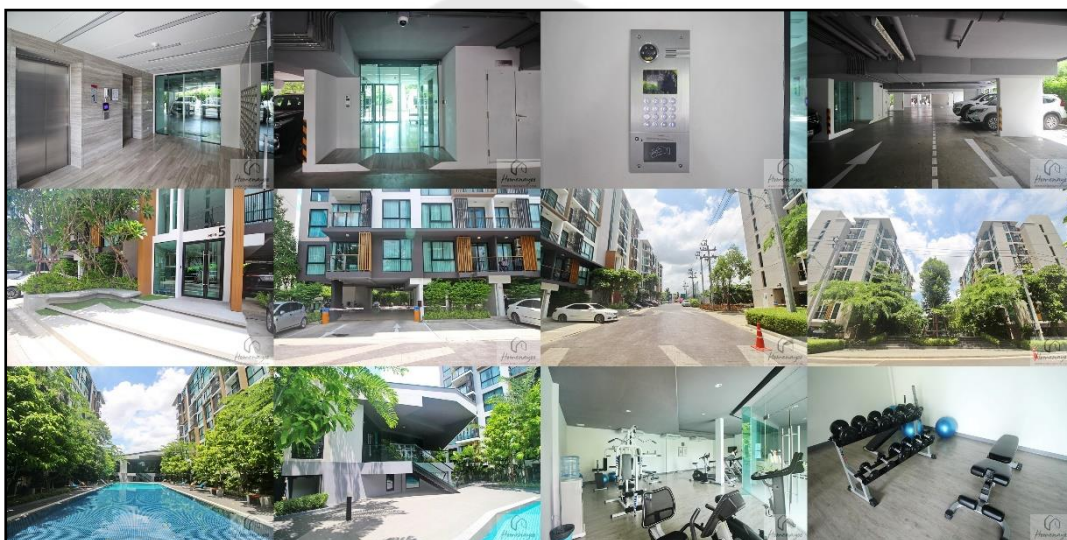
ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ



ภาพประกอบ 194 วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการเซด รัตนาธิเบศร์

ที่มา: ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกภาพไว้จากการสำรวจ

ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ : ให้ครบครัน มีอาคารคลับเฮ้าท์ส่วนรวมของทั้ง 8 อาคาร ภายในมีสระว่ายน้ำระบบเกลือ ขนาด 7.8 x 21.3 เมตร แยกสระเด็กเล็ก 0.6 เมตร สระผู้ใหญ่เล็ก 1.2 เมตร ห้องออกกำลังกาย พื้นที่โดยรอบมีสวนหย่อมต้นไม้ให้ความร่มรื่นและให้ร่มเงา กล้องวงจรปิดภายในโครงการ ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง แต่ละอาคารมีทางเข้าแยกกันพร้อมบ้อมรักษาความปลอดภัยหน้าประตูทุกอาคาร ลิฟต์โดยสารอาคารละ 2 ตัว พื้นที่จอดรถหน้าอาคารและใต้อาคารการเข้า - ออก ด้วยระบบ Access Card เครื่องดักจับยุงภายนอกอาคาร Digital Door Lock และ Video Door Phone



ภาพประกอบ 195 สาธารณูปโภคของโครงการเซลล์ รัตนาธิเบศร์

ที่มา:โฮมน่าอยู่ (2559). รีวิว คอนโด Zelle รัตนาธิเบศร์ ขายแบบ Fully Furnished ราคาเริ่มต้น 1.69 ล้านบาท (ออนไลน์)

จากบทวิเคราะห์แต่ละปัจจัยของคอนโดมิเนียมโครงการเซลล์ รัตนาธิเบศร์ (Zelle Rattana Thibet) พบว่า ศักยภาพทุกด้านมีความเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพราะว่า ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง ที่สถานีสะพานพระนั่งเกล้า 450 เมตร และอยู่บนถนนรัตนาธิเบศร์ ฝั่งมุ่งหน้าแยกแคราย เหมาะกับการเดินทางเข้าในเมือง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือใช้รถไฟฟ้าสายสีม่วง ความอุดมสมบูรณ์บริเวณรอบโครงการส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของหมู่บ้าน อาคารพาณิชย์ไว้สำหรับค้าขาย บริเวณด้านข้างโครงการมีร้านสะดวกซื้อและร้านอาหารตามสั่งอยู่บ้าง

การคมนาคมถือว่ามีความสะดวกทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัวและการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ สามารถเดินทางได้หลายเส้นทางทั้งการเข้าในเมือง และการออกนอกเมือง การออกแบบอาคาร นั้นมีความเป็นเอกลักษณ์อยู่แล้ว มีความเรียบหรู รูปแบบห้องมีความหลากหลายและมีพื้นที่ห้องที่ ขนาดใหญ่พอสมควร วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้เป็นแบบ Fully Furnished ที่ให้วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ มาพร้อม และมีความโดดเด่นในเรื่องของการใช้ VDO door phone ส่วนสาธารณูปโภคก็เป็นไปตามมาตรฐานของโครงการ ด้านการรักษาความปลอดภัยถือว่าดีมากสำหรับโครงการนี้ โครงการนี้ เหมาะกับผู้ที่ทำงานอยู่ในย่าน นนทบุรี – รัตนาธิเบศร์ - งามวงศ์วาน มองหาที่พักอาศัยอยู่ใกล้ รถไฟฟ้าสายสีม่วง หวังพึ่งพาความสะดวกของรถไฟฟ้าสายสีม่วงในการเดินทางในชีวิตประจำวัน ในขณะที่เดียวกันอยากได้ความสะดวกสบายจากห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในทำเลใกล้เคียง ในขณะที่ ขับรถยนต์ส่วนตัวไปได้ไม่ไกลมากนัก และจุดด้อยของโครงการที่สังเกตเห็น คือ การเดินทางเข้าเมือง ค่อนข้างต้องใช้เวลา ควรเผื่อเวลาในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ส่วนตัวและระบบขนส่งสาธารณะ

ตาราง 1 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลของคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฟัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง	
	ฝั่งกรุงเทพมหานคร	ฝั่งนนทบุรี
1. ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลที่ตั้งทุกโครงการอยู่ใกล้กับ สถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง ระยะไม่เกิน 500 เมตร - บางโครงการตั้งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าทั้งสองระบบ คือ รถไฟฟ้าสายสีม่วงและรถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อน - ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับถนนใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลที่ตั้งทุกโครงการอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง ระยะไม่เกิน 500 เมตร - ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับถนนใหญ่ เส้นทางหลัก
	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับถนนใหญ่ ถนนพระราชานุวัตร สาย 2 ถนนประชาชื่น ถนนกรุงเทพมหานคร - นนทบุรี และ ถนนติวานนท์ 	<ul style="list-style-type: none"> ใน การ ส ัญ จ ร คือ ถนนรัตนาธิเบศร์

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง	
	ฝั่งกรุงเทพมหานคร	ฝั่งนนทบุรี
2. ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ	<p>- ทุกโครงการมีร้านค้าอยู่ภายในโครงการ และร้านสะดวกซื้อเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกบ้านของโครงการ</p> <p>- ทุกโครงการอยู่ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า และส่วนราชการต่างๆ</p>	<p>- บางโครงการมีร้านค้าอยู่ภายในโครงการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกบ้านของโครงการ</p> <p>- ทุกโครงการอยู่ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า และส่วนราชการต่างๆ</p>
3. ด้านการคมนาคมของโครงการ	<p>- ทุกโครงการมีระบบขนส่งสาธารณะผ่านด้านหน้าของโครงการ เพราะทุกโครงการอยู่ติดกับถนนใหญ่</p> <p>- บางโครงการมีป้ายรถประจำทางและวินมอเตอร์ไซด์ประจำอยู่ด้านหน้าของโครงการ</p> <p>- ทุกโครงการอยู่ติดกับถนนใหญ่จึงสามารถใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางสู่ถนนหลายสายได้</p> <p>- ในช่วงโมงเร่งด่วนการเดินทางที่เหมาะสมที่สุดของโครงการฝั่งกรุงเทพมหานคร คือ การเดินทางโดยรถไฟฟ้า เป็นการประหยัดเวลาเดินทางได้เป็นอย่างดี</p>	<p>- ทุกโครงการมีระบบขนส่งสาธารณะผ่านด้านหน้าของโครงการ เพราะทุกโครงการอยู่ติดกับถนนใหญ่</p> <p>- ทุกโครงการอยู่ติดกับถนนใหญ่จึงสามารถใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางสู่ถนนหลายสายได้</p>

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง	
	ฝั่งกรุงเทพมหานคร	ฝั่งนนทบุรี
4. ด้านการออกแบบของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกโครงการเป็นอาคารสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise) - อาคารส่วนมากออกแบบแปลนเป็นรูปตัวแอล (L) - ทุกโครงการออกแบบสไตล์โมเดิร์น (Modern) และส่วนมากใช้สีเอิร์ธโทน (Earth tone) ได้แก่ สีน้ำเงิน สีเขียว สีเทา สีน้ำตาล และสีครีมเป็นส่วนมาก - ห้องพักอาศัยส่วนมากเป็นแบบห้องสตูดิโอ 1 ห้องนอน และ 2 ห้องนอน 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการส่วนมากออกแบบเป็นอาคารสูงมากกว่า 8 ชั้น (High Rise) และมีบางส่วนเป็นอาคารสูงน้อยกว่า 8 ชั้น (Low Rise) - อาคารส่วนมากออกแบบแปลนเป็นรูปตัวแอล (L) - ทุกโครงการออกแบบสไตล์โมเดิร์น (Modern) และส่วนมากใช้สีเอิร์ธโทน (Earth tone) ได้แก่ สีน้ำเงิน สีเขียว สีเทา สีน้ำตาล และสีครีมเป็นส่วนมาก - ห้องพักอาศัยส่วนมากเป็นแบบห้องสตูดิโอ 1 ห้องนอน และ 2 ห้องนอน
5. ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการฝั่งกรุงเทพมหานคร ส่วนมากเป็นการขายห้องแบบ Fully Fitted เป็นการให้เฟอร์นิเจอร์มาบางส่วนเท่านั้น ซึ่งเหมาะกับผู้ที่ชอบออกแบบตกแต่งห้อง และมีงบประมาณที่เพียงพอ - ส่วนมากชุดสุขภัณฑ์ ใช้ของยี่ห้อ คอตโต้ (Cotto) และอเมริกัน สแตนดาร์ด (American Standard) 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการฝั่งนนทบุรี เป็นการขายห้องแบบ Fully Furnished ซึ่งเหมาะกับคนที่ชอบออกแบบตกแต่งห้อง และคนที่ มีงบประมาณจำกัด - เฟอร์นิเจอร์ส่วนมากเป็นแบบ บิลท์อิน (Built in) จากยี่ห้อชั้นนำต่างๆ

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง	
	ฝั่งกรุงเทพมหานคร	ฝั่งนนทบุรี
6. ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกโครงการมีร้านค้าภายในโครงการ - สิ่งอำนวยความสะดวกหลักๆ ที่ทุกโครงการมี ได้แก่ สระว่ายน้ำ ทั้งสระผู้ใหญ่และสระเด็ก ห้องซาวน้ำ ห้องอาบน้ำและห้องน้ำแบบแยกชาย - หญิง สวนรอบโครงการ และสวนบนดาดฟ้า ห้องสมุด ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย และสนามเด็กเล่น - สิ่งอำนวยความสะดวกที่บางโครงการมีเพิ่มให้ ได้แก่ ห้องเล่นบิงปอง ห้องชมภาพยนตร์ สระขนาดเล็กสำหรับแช่ตัว (Dip pool) เป็นต้น - ทุกโครงการใช้การเข้า - ออก ด้วยระบบ Access Card และระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนมากมีร้านค้าภายในโครงการ - สิ่งอำนวยความสะดวกหลักๆ ที่ทุกโครงการมี ได้แก่ สระว่ายน้ำ ทั้งสระผู้ใหญ่ และสระเด็ก ห้องซาวน้ำ ห้องอาบน้ำและห้องน้ำแบบแยกชาย - หญิง สวนรอบโครงการ และสวนบนดาดฟ้า ห้องสมุด ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย และสนามเด็กเล่น - ทุกโครงการใช้การเข้า - ออก ด้วยระบบ Access Card และระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง - บางโครงการใช้ระบบ Video Door Phone เพื่ออำนวยความสะดวกของร่วมห้องและผู้มาติดต่อ

จากตาราง 1 พบว่าบทสรุปวิเคราะห์ข้อมูลของคอนโดมิเนียมแต่ละโครงการทั้ง 2 ฝั่ง คือ ฝั่งกรุงเทพมหานคร ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการริชพาร์ค 2 แอท โครงการเมโทรสกาย ประชาชื่น โครงการศุภาลัย เวอร์ธันด์ รัชวิภา-ประชาชื่น และโครงการศุภาลัย วิสตัดา แยกติวานนท์ และฝั่งนนทบุรี ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน

โครงการศุภาลัย เวรันต้า รัตนธิเบศร์ โครงการเอ สเปนซ์ มี รัตนธิเบศร์ และโครงการเซล รัตนธิเบศร์ มีโครงการก่อตั้งในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม เดินทางง่าย อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ส่วนราชการ ร้านค้า และห้างสรรพสินค้า สามารถเดินทางเข้า-ออกโครงการได้หลากหลายช่องทาง คอนโดมีเนียมแต่ละโครงการก่อสร้างด้วยรูปแบบที่ทันสมัยเข้ากับสังคมในยุคปัจจุบัน การออกแบบภายใน ตกแต่งห้องสวยงามเหมาะสมมาตรฐานสากล อาทิเช่น พื้นที่ส่วนกลาง สวนหย่อม พื้นที่จอดรถ มีความปลอดภัย มีมาตรฐาน ตอบสนองความต้องการของผู้พักอาศัยได้เป็นอย่างดี

จากบทสรุปวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจึงนำมาจำแนกเป็นแต่ละปัจจัย โดยพื้นที่ของโครงการมีการสร้างในพื้นที่ที่เหมาะสม อยู่ในพื้นที่ที่มีความเจริญ ซึ่งจัดอยู่ในปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ส่วนราชการ ร้านค้า ร้านอาหาร สะดวกต่อการอุปโภค / บริโภค ซึ่งจัดอยู่ในปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ เส้นทางเข้า - ออกโครงการสามารถใช้ได้หลายเส้นทาง ติดกับถนนใหญ่ ทางด่วน สามารถเปลี่ยนแปลงเส้นทางได้ง่ายในช่วงจราจรเร่งด่วนที่สำคัญอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งเหมาะสมสำหรับการคมนาคมในการเข้า - ออกเมืองเป็นอย่างดี จัดอยู่ในปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ การออกแบบโครงการที่มีความทันสมัย มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด จัดอยู่ในปัจจัยด้านการออกแบบ การตกแต่งห้องที่มีเฟอร์นิเจอร์ครบครัน เลือกวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ที่มีมาตรฐาน เป็นยี่ห้อที่มีคุณภาพได้รับความนิยม จัดอยู่ในปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ส่วนพื้นที่ส่วนกลาง ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ สวนหย่อม มีความเป็นมาตรฐานเพียงพอสำหรับรองรับผู้พักอาศัย พร้อมให้บริการอยู่เสมอ จัดเป็นปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ซึ่งผลวิจัยนี้เมื่อจำแนกออกเป็นรายด้าน ทำให้เกิดปัจจัยทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความอุดมสมบูรณ์ ด้านการคมนาคม ด้านการออกแบบ ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ และด้านสาธารณูปโภค ผู้วิจัยจึงนำปัจจัยที่ได้นี้ไปใช้ศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเชิงปริมาณในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีต่อไป

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทห้องของคนโคมิเนียม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของคนโคมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการด้านวัสดุเฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของคนโคมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

1. การตัดสินใจซื้อของคนโคมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีแตกต่างกัน

2. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของคนโคมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของคนโคมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทห้องของคอนโดมิเนียม โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละปรากฏผลตามตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 2 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ฝั่ง กทม.		ฝั่งนนทบุรี		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
ชาย	94	47.0	67	33.5	161	40.2
หญิง	106	53.0	133	66.5	239	59.8
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0
2. อายุ						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	5	2.5	1	0.5	6	1.5
26 – 35 ปี	84	42.0	79	39.5	163	40.8
36 – 45 ปี	90	45.0	104	52.0	194	48.5
ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป	21	10.5	16	8.0	37	9.2
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0
3. สถานภาพสมรส						
โสด	80	40.0	71	35.5	151	37.8
สมรส/อยู่ด้วยกัน	106	53.0	113	56.5	219	54.7
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4	7.0	16	8.0	30	7.5
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ฝั่ง กทม.		ฝั่งนนทบุรี		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	0.5	1	0.5	2	0.5
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	104	52.0	109	54.5	213	53.2
สูงกว่าปริญญาตรี	95	47.5	90	45.0	185	46.3
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0
5. อาชีพ						
พนักงานบริษัทเอกชน	107	53.5	117	58.5	224	56.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	22.5	48	24.0	93	23.2
ผู้ประกอบการ/ธุรกิจส่วนตัว	42	21.0	34	17.0	76	19.0
เกษียณ	6	3.0	1	0.5	7	1.8
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	1	0.5	3	1.5	4	1.0
15,001 – 30,000 บาท	56	28.0	84	42.0	140	35.0
30,001 – 45,000 บาท	93	46.5	100	50.0	193	48.2
45,001 – 60,000 บาท	44	22.0	13	6.5	57	14.2
60,001 – 75,000 บาท	5	2.5	0	0.0	5	1.3
75,001 บาทขึ้นไป	1	0.5	0	0.0	1	0.3
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ฝั่ง กทม.		ฝั่งนนทบุรี		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ประเภทห้องของคอนมิเนียม						
Studio Room (ห้องสตูดิโอ)	91	45.5	92	46.0	183	45.8
One Bedroom (1 ห้องนอน)	58	29.0	79	39.5	137	34.2
Two Bedroom (2 ห้องนอน)	43	21.5	27	13.5	70	17.5
Duplex (ห้องเพดานสูง 2 ชั้น)	6	3.0	1	0.5	7	1.7
อื่นๆ	2	1.0	1	0.5	3	0.8
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 2 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 ตามลำดับ จำแนกตามฝั่งได้ดังนี้

ฝั่งกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และเพศชาย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ตามลำดับ

ฝั่งนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 และเพศชาย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ อายุ 26 – 35 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ จำแนกตามฝั่งได้ดังนี้

ฝั่งกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ อายุ 26 – 35 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 ตั้งแต่ 45

ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ฝั่งนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ อายุ 26 – 35 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ โสด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ จำแนกตามฝั่งได้ดังนี้

ฝั่งกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ โสด จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ฝั่งนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ โสด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ จำแนกตามฝั่งได้ดังนี้

ฝั่งกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ฝั่งนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ผู้ประกอบการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และเกษียณ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ จำแนกตามฝั่งได้ดังนี้

ฝั่งกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ผู้ประกอบการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และเกษียณ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ฝั่งนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ผู้ประกอบการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และเกษียณ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ รายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รายได้ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 รายได้ 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และรายได้ 75,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ จำแนกตามฝั่งได้ดังนี้

ฝั่งกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ รายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รายได้ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รายได้ 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท และรายได้ 75,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ฝั่งนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ รายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รายได้ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ประเภทห้องของคอนโดมิเนียม พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่อาศัยห้องแบบ Studio Room (ห้องสตูดิโอ) จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ One Bedroom (1 ห้องนอน)

จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 Two Bedroom (2 ห้องนอน) จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 Duplex (ห้องเพดานสูง 2 ชั้น) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ จำแนกตามฝั่งได้ดังนี้

ฝั่งกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่อาศัยห้องแบบ Studio Room (ห้องสตูดิโอ) จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ One Bedroom (1 ห้องนอน) จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 Two Bedroom (2 ห้องนอน) จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 Duplex (ห้องเพดานสูง 2 ชั้น) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ฝั่งนนทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่อาศัยห้องแบบ Studio Room (ห้องสตูดิโอ) จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ One Bedroom (1 ห้องนอน) จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 Two Bedroom (2 ห้องนอน) จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 Duplex (ห้องเพดานสูง 2 ชั้น) และอื่นๆ มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครกับ ผังนนทบุรี	ผัง กทม.			ผังนนทบุรี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ						
1. ใกล้ที่พักอาศัยเดิม	4.24	.881	มากที่สุด	4.31	.629	มากที่สุด
2. ใกล้สถานที่ทำงาน	4.46	.625	มากที่สุด	4.42	.579	มากที่สุด
3. การคมนาคมมีความสะดวก เดินทาง ง่าย	4.42	.628	มากที่สุด	4.44	.563	มากที่สุด
4. พื้นที่ตั้งไม่เสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย	4.20	.655	มาก	4.31	.621	มากที่สุด
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการโดยรวม	4.33	.534	มากที่สุด	4.37	.481	มากที่สุด
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ						
5. อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน	4.26	.723	มากที่สุด	4.36	.610	มากที่สุด
6. อยู่ใกล้กับสถานที่ราชการ	4.11	.733	มาก	4.26	.674	มากที่สุด
7. อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวก ซื้อ/ร้านอาหาร	4.20	.755	มาก	4.40	.609	มากที่สุด
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ โดยรวม	4.19	.569	มาก	4.34	.511	มากที่สุด

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง กรณีศึกษา: ผู้ กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี	ฝั่ง กทม.			ฝั่งนนทบุรี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการคมนาคมของโครงการ						
8. การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความสะดวก	4.33	.658	มากที่สุด	4.48	.593	มากที่สุด
9. การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะมีความสะดวก	4.34	.645	มากที่สุด	4.42	.587	มากที่สุด
10. เข้า - ออกโครงการได้หลากหลายเส้นทาง	4.06	.761	มาก	4.19	.688	มาก
11. เส้นทางชั่วโมงเร่งด่วนการจราจรไม่ติดขัด	3.60	.946	มาก	3.86	.796	มาก
ด้านการคมนาคมของโครงการโดยรวม	4.08	.565	มาก	4.24	.524	มากที่สุด
ด้านการออกแบบของโครงการ						
12. ออกแบบสถาปัตยกรรมมีความทันสมัย	4.53	.567	มากที่สุด	4.50	.521	มากที่สุด
13. การออกแบบที่ไซสอยได้อย่างเหมาะสม	4.49	.601	มากที่สุด	4.48	.521	มากที่สุด
14. พื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน	4.45	.632	มากที่สุด	4.50	.521	มากที่สุด
15. การก่อสร้างเป็นไปตามมาตรฐาน	4.50	.585	มากที่สุด	4.46	.529	มากที่สุด
16. การออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.40	.625	มากที่สุด	4.42	.561	มากที่สุด
ด้านการออกแบบของโครงการโดยรวม	4.47	.516	มากที่สุด	4.47	.477	มากที่สุด

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง ภาครีศึกษา: ผัง กรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี	ผัง กทม.			ผังนนทบุรี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ						
17. วัสดุที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพ	4.49	.576	มากที่สุด	4.44	.545	มากที่สุด
18. มีการรับประกันคุณภาพห้องพัก อย่างเหมาะสม เช่น การรับประกันกรณี ห้องรั่วซึม รอบรั่ว เป็นต้น	4.45	.582	มากที่สุด	4.47	.520	มากที่สุด
19. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งมีคุณภาพสม ราคา	4.35	.663	มากที่สุด	4.42	.543	มากที่สุด
20. วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง/ตกแต่งห้อง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.29	.629	มากที่สุด	4.43	.535	มากที่สุด
ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ โดยรวม	4.39	.521	มากที่สุด	4.44	.485	มากที่สุด
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ						
21. พื้นที่ส่วนกลางมีบริการสัญญาณ อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi)	4.33	.695	มากที่สุด	4.51	.540	มากที่สุด
22. พื้นที่ส่วนหย่อมในส่วนกลาง ตกแต่ง สวยงามอยู่สม่ำเสมอ	4.32	.646	มากที่สุด	4.47	.539	มากที่สุด
23. สระว่ายน้ำ/สนามเด็กเล่นห้องออก กำลังกาย พร้อมใช้งานอยู่เสมอ	4.29	.684	มากที่สุด	4.49	.549	มากที่สุด
24. พื้นที่จอดรถมีความเหมาะสม	4.00	.948	มาก	4.22	.617	มากที่สุด
25. ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐาน รัดกุม	4.25	.632	มากที่สุด	4.37	.577	มากที่สุด

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง กรณีศึกษา: ผัง กรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี	ผัง กทม.			ผังนนทบุรี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
26. เจ้าหน้าที่ช่างนิติประจำโครงการ คอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง	4.26	.657	มากที่สุด	4.33	.584	มากที่สุด
27. ลิฟท์โดยสารที่ให้บริการ ปลอดภัย และพร้อมใช้งาน	4.30	.640	มากที่สุด	4.31	.562	มากที่สุด
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการโดยรวม	4.25	.609	มากที่สุด	4.38	.474	มากที่สุด
ภาพรวม	4.29	.416	มากที่สุด	4.38	.381	มากที่สุด

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวม ผังนนทบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และภาพรวม ผังกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ

ผู้ตอบแบบสอบถามผังกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ คือ ใกล้สถานที่ทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาคือ การคมนาคมมีความสะดวก เดินทางง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ใกล้ที่พักอาศัยเดิม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และพื้นที่ตั้งไม่เสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามผังนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ คือ การคมนาคมมีความ

สะดวก เดินทางง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ ใกล้สถานที่ทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ใกล้ที่พักอาศัยเดิม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และพื้นที่ตั้งไม่เสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ตามลำดับ

2. ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมีเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ คือ อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านอาหาร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และอยู่ใกล้กับสถานที่ราชการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมีเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ คือ อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และอยู่ใกล้กับสถานที่ราชการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

3. ด้านการคมนาคมของโครงการ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมีเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านการคมนาคมของโครงการ คือ การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะมีความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เข้า – ออกโครงการได้หลากหลายเส้นทาง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และเส้นทางชั่วโมงเร่งด่วนการจราจรไม่ติดขัด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมีเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านการคมนาคมของโครงการ คือ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะมีความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เข้า – ออกโครงการได้

หลากหลายเส้นทาง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเส้นทางชั่วคราวเร่งด่วนการจราจรไม่ติดขัด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ

4. ด้านการออกแบบของโครงการ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านการออกแบบของโครงการคือ ออกแบบสถาปัตยกรรมมีความทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ การก่อสร้างเป็นไปตามมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 การออกแบบที่ใช้สอยได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 พื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และการออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านการออกแบบของโครงการคือ ออกแบบสถาปัตยกรรมมีความทันสมัย และพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือ การออกแบบที่ใช้สอยได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 การก่อสร้างเป็นไปตามมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และการออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ตามลำดับ

5. ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการคือ วัสดุที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาคือ มีการรับประกันคุณภาพห้องพักอย่างเหมาะสม เช่น การรับประกันกรณี ห้องรั่วซึม รอบรั่ว เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งมีคุณภาพสมราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง/ตกแต่งห้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ คือ มีการรับประกันคุณภาพห้องพักอย่างเหมาะสม เช่น การรับประกันกรณี ห้องรั่วซึม รอบรั้ว เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมาคือ วัสดุที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง/ตกแต่งห้อง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งมีคุณภาพสมราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ตามลำดับ

6. ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ คือ พื้นที่ส่วนกลางมีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต ไร้สาย (Wifi) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาคือ พื้นที่สวนหย่อมในส่วนกลาง ตกแต่ง สวยงามอยู่สม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ลิฟท์โดยสารที่ให้บริการ ปลอดภัยและพร้อมใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 สระว่ายน้ำ/สนามเด็กเล่น/ห้องออกกำลังกาย พร้อมใช้งานอยู่สม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เจ้าหน้าที่/ช่างนิติประจำโครงการ คอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานรัดกุม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และพื้นที่จอดรถมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ คือ พื้นที่ส่วนกลางมีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ สระว่ายน้ำ/สนามเด็กเล่น/ห้องออกกำลังกาย พร้อมใช้งานอยู่สม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 พื้นที่สวนหย่อมในส่วนกลาง ตกแต่ง สวยงาม อยู่สม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานรัดกุม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เจ้าหน้าที่/ช่างนิติประจำโครงการ คอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ลิฟท์โดยสารที่ให้บริการ ปลอดภัยและพร้อมใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และพื้นที่จอตอที่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ผู้กรุงเทพมหานครกับผู้นนทบุรี

การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง กรณีศึกษา: ผู้ กรุงเทพมหานคร กับผู้นนทบุรี	ฝั่ง กทม.			ฝั่งนนทบุรี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การรับรู้ปัญหา						
1. ท่านซื้อคอนโดมิเนียมเพราะมีปัญหาอยู่ไกลจากสถานที่ทำงาน	4.34	.822	มากที่สุด	4.26	.644	มากที่สุด
2. ท่านซื้อคอนโดมิเนียมเพราะแยกครอบครัว	4.10	.737	มาก	4.19	.668	มาก
3. ท่านซื้อคอนโดมิเนียมเพราะเดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าสายสีม่วง	4.17	.686	มาก	4.63	.514	มากที่สุด
การรับรู้ปัญหาโดยรวม	4.20	.510	มาก	4.36	.474	มากที่สุด
การค้นหาข้อมูล						
4. ท่านค้นหาข้อมูลการซื้อคอนโดมิเนียมจากสื่อต่างๆ เช่น โฆษณา บ้ายบิลบอร์ด เว็บไซต์ ฯลฯ	4.29	.761	มากที่สุด	4.49	.511	มากที่สุด
5. ท่านสอบถามข้อมูลคอนโดมิเนียมจากพนักงานขาย	4.26	.593	มากที่สุด	4.25	.571	มากที่สุด
6. ท่านสอบถามข้อมูลคอนโดมิเนียมจากครอบครัว เพื่อน	4.15	.621	มาก	4.24	.601	มากที่สุด
การค้นหาข้อมูลโดยรวม	4.23	.487	มากที่สุด	4.32	.429	มากที่สุด

ตาราง 4 (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง ภาษีศึกษา: ฝั่ง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี	ฝั่ง กทม.			ฝั่งนนทบุรี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การประเมินทางเลือก						
7. รูปแบบคอนโดมิเนียมมีโครงสร้างที่แข็งแรง มีความทันสมัย และสวยงาม	4.45	.555	มากที่สุด	4.39	.555	มากที่สุด
8. ชื่อเสียงของบริษัทที่ก่อสร้างคอนโดมิเนียม	4.38	.553	มากที่สุด	4.36	.520	มากที่สุด
9. ราคาคอนโดมิเนียมมีความคุ้มค่า	4.40	.558	มากที่สุด	4.44	.526	มากที่สุด
การประเมินทางเลือกโดยรวม	4.41	.506	มากที่สุด	4.39	.474	มากที่สุด
การตัดสินใจซื้อ						
10. ท่านตัดสินใจซื้อเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย	4.40	.584	มากที่สุด	4.42	.534	มากที่สุด
11. ท่านตัดสินใจซื้อเพราะได้ราคาตามที่ คาดหวังไว้	4.26	.587	มากที่สุด	4.30	.511	มากที่สุด
12. ท่านตัดสินใจซื้อเพื่อการเกร็งกำไรใน อนาคต	4.37	.667	มากที่สุด	4.38	.571	มากที่สุด
การตัดสินใจซื้อโดยรวม	4.34	.511	มากที่สุด	4.37	.456	มากที่สุด
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ						
13. ท่านมีความพึงพอใจต่อคอนโดมิเนียมที่ ซื้อไป	4.39	.582	มากที่สุด	4.56	.508	มากที่สุด
14. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อ คอนโดมิเนียมที่ท่านได้ซื้อไป	4.27	.700	มากที่สุด	4.55	.509	มากที่สุด
พฤติกรรมหลังการซื้อโดยรวม	4.33	.601	มากที่สุด	4.55	.479	มากที่สุด
ภาพรวม	4.30	.392	มากที่สุด	4.39	.350	มากที่สุด

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฟังกรุงเทพมหานครกับฟังนนทบุรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวม ฟังนนทบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และภาพรวม ฟังกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. การรับรู้ปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถามฟังกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพราะมีปัญหาบ้านอยู่ไกลจากสถานที่ทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ซื้อคอนโดมิเนียมเพราะเดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าสายสีม่วง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และซื้อคอนโดมิเนียมเพราะแยกครอบครัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฟังนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพราะเดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าสายสีม่วง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 รองลงมาคือ ซื้อคอนโดมิเนียมเพราะมีปัญหาบ้านอยู่ไกลจากสถานที่ทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ ซื้อคอนโดมิเนียมเพราะแยกครอบครัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ

2. การค้นหาข้อมูล

ผู้ตอบแบบสอบถามฟังกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยการค้นหาข้อมูลการซื้อคอนโดมิเนียมจากสื่อต่างๆ เช่น โฆษณา บัญชีบล็อกเกอร์ เว็บไซต์ ฯลฯ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ สอบถามข้อมูลคอนโดมิเนียมจากพนักงานขาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และสอบถามข้อมูลคอนโดมิเนียมจากครอบครัว เพื่อน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฟังนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยการค้นหาข้อมูลการซื้อคอนโดมิเนียมจากสื่อต่างๆ เช่น

โฆษณา บ้ายบิลบอร์ด เว็บไซต์ ฯลฯ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาคือ สอบถาม ข้อมูลคอนโดมิเนียมจากพนักงานขาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และสอบถามข้อมูล คอนโดมิเนียมจากครอบครัว เพื่อน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ

3. การประเมินทางเลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพราะรูปแบบคอนโดมิเนียมมี โครงสร้างที่แข็งแรง มีความทันสมัย และสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมาคือ ราคาคอนโดมิเนียมมีความคุ้มค่า อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และ ชื่อเสียงของบริษัทที่ก่อสร้างคอนโดมิเนียม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพราะราคาคอนโดมิเนียมมีความคุ้มค่า อยู่ในระดับมากที่สุด มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ รูปแบบคอนโดมิเนียมมีโครงสร้างที่แข็งแรง มีความทันสมัย และ สวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และชื่อเสียงของบริษัทที่ก่อสร้างคอนโดมิเนียม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ

4. การตัดสินใจซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ หลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ชื่อเพื่อการเก็งกำไรใน อนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และชื่อเพราะได้ราคาตามที่คาดหวังไว้ อยู่ใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ ชื่อเพื่อการเก็งกำไรในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.38 และชื่อเพราะได้ราคาตามที่คาดหวังไว้ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ตามลำดับ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง มีความพึงพอใจต่อคอนโดมิเนียมที่ซื้อไป อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อคอนโดมิเนียมที่ได้ซื้อไป อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามฝั่งนนทบุรีมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง มีความพึงพอใจต่อคอนโดมิเนียมที่ซื้อไป อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อคอนโดมิเนียมที่ได้ซื้อไป อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ Independent Sampling t-test และการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธีการทดสอบดังนี้

สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent Statistic) โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 1 การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป กับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

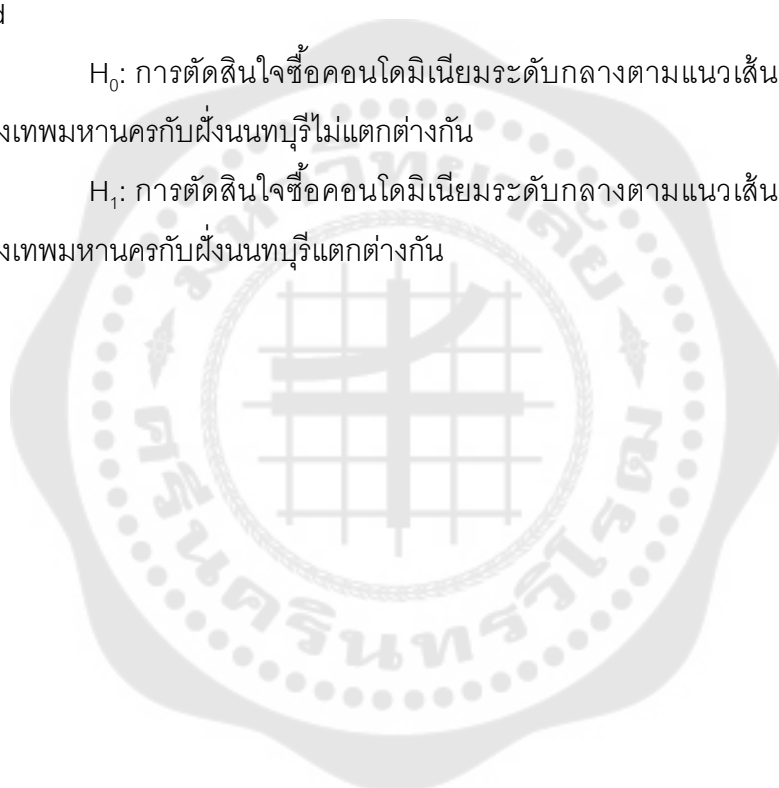
การนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐาน 3 ข้อโดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อต่อไปนี้

สมมติฐานข้อ 1 การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีแตกต่างกัน

จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มสำหรับตัวแปรด้านการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี โดยทดสอบค่าความแปรปรวนด้วย Levene's test เมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะอ่านค่า t-test ที่ Equal variance not assumed และเมื่อ Sig. มากกว่า 0.05 จะอ่านค่า t-test ที่ Equal variance assumed

H_0 : การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีแตกต่างกัน



ตาราง 5 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนและความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อ
 คอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

การตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ระดับกลาง ตามแนว เส้นทาง รถไฟฟ้าสายสี ม่วง	Levene's Test for Equality of Variances		ฝั่ง	\bar{x}	n	S.D.	t	df	Sig.
	F.	Sig.							
การรับรู้ปัญหา									
Equal variance assumed	.937	.334	กทม.	4.20	200	.510	-2.738	398	.006
			นนทบุรี	4.43	200	1.054			
การค้นหาข้อมูล									
Equal variance assumed	2.090	.149	กทม.	4.23	200	.487	-2.033	398	.043
			นนทบุรี	4.32	200	.429			
การประเมินทางเลือก									
Equal variance assumed	.985	.322	กทม.	4.41	200	.506	.306	398	.760
			นนทบุรี	4.39	200	.474			
การตัดสินใจซื้อ									
Equal variance assumed	.937	.334	กทม.	4.20	200	.510	-2.738	398	.006
			นนทบุรี	4.43	200	1.054			
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ									
Equal variance not assumed	12.182*	.001	กทม.	4.33	200	.601	-4.141	379.3	.000
			นนทบุรี	4.55	200	.479			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 5 การทดสอบความแปรปรวนและความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี พบว่า

การรับรู้ปัญหา มีค่า Sig. เท่ากับ .334 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าแปรปรวนทั้ง 2 ฝั่ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จึงทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีในการรับรู้ปัญหาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การค้นหาข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ .149 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าแปรปรวนทั้ง 2 ฝั่ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จึงทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีในการค้นหาข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การประเมินทางเลือก มีค่า Sig. เท่ากับ .322 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าแปรปรวนทั้ง 2 ฝั่ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .760 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีในการประเมินทางเลือกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การตัดสินใจซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .334 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าแปรปรวนทั้ง 2 ฝั่ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จึงทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การตัดสินใจซื้อ

คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าแปรปรวนทั้ง 2 ฝั่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances not assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี พฤติกรรมภายหลังการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร

H_0 : ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter และทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ซึ่งผลการทดสอบมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ
คอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า
สายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	17.037	6	2.839	15.774**	.000
Residual	34.741	193	.180		
Total	51.778	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.237	.323		3.831**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	.219	.075	.230	2.920**	.004
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.034	.065	.038	.530	.597
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	.129	.065	.143	1.992*	.048
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	-.021	.094	-.022	-.228	.820
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.239	.101	.244	2.369*	.019
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	.091	.069	.109	1.331	.185
r = .574			Ajust R ² = .308		
R ² = .329			SE = .42427		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา (Y₁) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X₁) ด้านการคมนาคมของโครงการ (X₃) และด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X₅)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .329 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา ได้ร้อยละ 32.9

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X₁) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .219 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X_1) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .219 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ด้านการคมนาคมของโครงการ (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .129 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ (X_3) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .129 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .239 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .239 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา จะมีค่าการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับ 1.237

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในการรับรู้ปัญหา (Y_1) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_1 = 1.237 + 0.219(X_1) + 0.129(X_3) + 0.239(X_5)$$

ตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ
คอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า
สายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	12.955	6	2.159	12.169**	.000
Residual	34.243	193	.177		
Total	47.198	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.607	.321		5.013**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	.199	.075	.219	2.669**	.008
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.080	.065	.094	1.241	.216
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	.149	.064	.173	2.316*	.022
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	-.006	.093	-.006	-.063	.950
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.224	.100	.240	2.238*	.026
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	-.033	.068	-.041	-.485	.628
	r = .524		Ajust R ² = .252		
	R ² = .274		SE = .42122		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล (Y₂) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X₁) ด้านการคมนาคมของโครงการ (X₃) และด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X₅)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .252 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 25.2

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X_1) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .199 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X_1) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .199 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านการคมนาคมของโครงการ (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .149 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ (X_3) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .149 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .224 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .224 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล จะมีค่าการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับ 1.607

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในการค้นหาข้อมูล (Y_2) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_2 = 1.607 + 0.199(X_1) + 0.149(X_3) + 0.224(X_5)$$

ตาราง 10 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	9.647	6	1.608	7.518**	.000
Residual	41.277	193	.214		
Total	50.924	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.218	.352		6.302**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	.052	.082	.054	.629	.530
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.019	.071	.021	.262	.794
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	.044	.071	.049	.621	.536
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	.143	.102	.146	1.400	.163
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.252	.110	.260	2.291*	.023
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	-.009	.075	-.010	-.115	.908
	r = .435		Ajust R ² = .164		
	R ² = .189		SE = .46246		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก (Y₃) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X₅)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .164 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก ได้ร้อยละ 16.4

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X₅) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .252

หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .252 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ใน การประเมินทางเลือก จะมีค่าการตัดสินใจอยู่ที่ระดับ 2.218

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในการประเมินทางเลือก (Y_3) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_3 = 2.218 + 0.252(X_5)$$

ตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	11.713	6	1.952	9.382**	.000
Residual	40.162	193	.208		
Total	51.875	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัย ในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.062	.347		5.937**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	.122	.081	.127	1.507	.133
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.064	.070	.071	.914	.362
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	-.042	.070	-.046	-.603	.547
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	-.012	.101	-.012	-.118	.906
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.231	.108	.236	2.131*	.034
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	.164	.074	.195	2.215*	.028
	r = .475		Ajust R ² = .202		
	R ² = .226		SE = .45617		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ (Y₄) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X₅) และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .202 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ ได้ร้อยละ 20.2

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .231 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .231 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .164 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .164 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ จะมีค่าการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับ 2.062

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในการตัดสินใจซื้อ (Y_4) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_4 = 2.062 + 0.231(X_5) + 0.164(X_6)$$

ตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ
คอนโดมิเนียมที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า
สายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	19.643	6	3.274	12.114**	.000
Residual	52.156	193	.270		
Total	71.799	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.324	.396		3.346**	.001
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	.179	.092	.160	1.947	.053
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	-.050	.080	-.047	-.624	.533
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	.142	.079	.133	1.785	.076
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	.091	.115	.078	.793	.429
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.090	.124	.078	.731	.466
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	.248	.084	.252	2.948*	.004
	r = .523		Ajust R ² = .251		
	R ² = .274		SE = .51984		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ (Y₉) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .251 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ ได้ร้อยละ 25.1

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ .248 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน

สาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .248 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ จะมีค่าการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับ 1.324

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในพฤติกรรมหลังการซื้อ (Y_5) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_5 = 1.324 + 0.248(X_6)$$

สมมติฐานข้อ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

H_0 : ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

H_1 : ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter จึงทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ซึ่งผลการทดสอบมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการรับรู้ปัญหา โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	8.236	6	1.373	7.256**	.000
Residual	36.511	193	.189		
Total	44.747	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการรับรู้ปัญหา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการรับรู้ปัญหา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการรับรู้ปัญหา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.028	.356		5.644**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	.119	.095	.121	1.259	.210
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.020	.087	.022	.232	.817
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	.055	.079	.060	.695	.488
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	.072	.109	.073	.662	.509
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.124	.105	.127	1.180	.239
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	.141	.097	.141	1.460	.146
		r = .429	Ajust R ² = .159		
		R ² = .184	SE = .43494		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการรับรู้ปัญหา (Y₁) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	10.685	6	1.781	13.239**	.000
Residual	25.961	193	.135		
Total	36.647	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมอย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.771	.303		5.846**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	-.010	.080	-.012	-.130	.896
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.109	.073	.130	1.492	.137
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	.024	.066	.029	.359	.720
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	.149	.092	.166	1.620	.107
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.039	.089	.044	.441	.659
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	.270	.082	.297	3.307**	.001
		r = .540	Ajust R ² = .270		
		R ² = .292	SE = .36676		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล (Y₂) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .270 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 27

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .270 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการ

ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .270 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล จะมีค่าการตัดสินใจอยู่ที่ระดับ 1.771

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในการค้นหาข้อมูล (Y_2) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_2 = 1.771 + 0.270(X_6)$$

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการประเมินทางเลือก โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	14.298	6	2.383	15.096**	.000
Residual	30.466	193	.158		
Total	44.764	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการประเมินทางเลือก มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรีในการประเมินทางเลือก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการประเมินทางเลือก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.417	.328		4.316**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	-.007	.086	-.007	-.083	.934
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.079	.079	.085	.991	.323
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	.107	.072	.118	1.491	.138
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	.154	.100	.156	1.550	.123
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.093	.096	.095	.971	.333
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	.252	.088	.252	2.857**	.005
	r = .565		Ajust R ² = .298		
	R ² = .319		SE = .39731		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการประเมินทางเลือก (Y₂) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .298 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆) ในการประเมินทางเลือก ได้ร้อยละ 29.8

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .252 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น .252 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการประเมินทางเลือก จะมีค่าการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับ 1.417

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในการประเมินทางเลือก (Y_3) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_3 = 1.417 + 0.252(X_6)$$

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	13.422	6	2.237	15.396**	.000
Residual	28.044	193	.145		
Total	41.466	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.491	.315		4.733**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X ₁)	.098	.083	.103	1.183	.238
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X ₂)	.040	.076	.045	.529	.597
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X ₃)	-.016	.069	-.019	-.238	.812
ด้านการออกแบบของโครงการ (X ₄)	.180	.096	.188	1.884	.061
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X ₅)	.079	.092	.084	.860	.391
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X ₆)	.270	.085	.280	3.188**	.002
	r = .569		Ajust R ² = .303		
	R ² = .324		SE = .38119		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ (Y₄) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X₆)

ค่า Adjusted R Square (R²) มีค่าเท่ากับ .303 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ ได้ร้อยละ 30.3

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ .270 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน สาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี เพิ่มขึ้น .270 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการ ตัดสินใจซื้อ จะมีค่าการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับ 1.491

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในการตัดสินใจซื้อ (Y_4) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_4 = 1.491 + 0.270(X_6)$$

ตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	11.196	6	1.866	10.438**	.000
Residual	34.503	193	.179		
Total	45.699	199			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยในการ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า

.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.195	.349		6.282**	.000
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ (X_1)	.078	.092	.079	.853	.395
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ (X_2)	.015	.085	.016	.179	.858
ด้านการคมนาคมของโครงการ (X_3)	-.107	.077	-.117	-1.398	.164
ด้านการออกแบบของโครงการ (X_4)	.274	.106	.273	2.587*	.010
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ (X_5)	-.040	.102	-.040	-.390	.697
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6)	.309	.094	.305	3.285**	.001
			r = .495	Ajust R ² = .222	
			R ² = .245	SE = .42281	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ (Y_5) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านการออกแบบของโครงการ (X_4) และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6)

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ .222 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดงการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ ได้ร้อยละ 22.2

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อด้านการออกแบบของโครงการ (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ .274 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ (X_4) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี เพิ่มขึ้น .274 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ .309 หมายความว่า เมื่อลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ (X_6) มากขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี เพิ่มขึ้น .309 หน่วย

หากไม่พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 6 ด้าน ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ จะมีค่าการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับ 2.195

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในพฤติกรรมหลังการซื้อ (Y_5) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_5 = 2.195 + 0.274(X_4) + 0.309(X_6)$$

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน				
สมมติฐานที่ 1 การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี แตกต่างกัน						
การรับรู้ปัญหา	t-test	✓				
การค้นหาข้อมูล	t-test	✓				
การประเมินทางเลือก	t-test	✗				
การตัดสินใจซื้อ	t-test	✓				
พฤติกรรมหลังการซื้อ	t-test	✓				
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร						
ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม		กระบวนการตัดสินใจซื้อ				
		1	2	3	4	5
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ	Multiple Regression	✓	✓	✗	✗	✗
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ	Multiple Regression	✗	✗	✗	✗	✗
ด้านการคมนาคมของโครงการ	Multiple Regression	✓	✓	✗	✗	✗
ด้านการออกแบบของโครงการ	Multiple Regression	✗	✗	✗	✗	✗
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ	Multiple Regression	✓	✓	✓	✓	✗
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ	Multiple Regression	✗	✗	✗	✓	✓

ตาราง 26 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน				
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี						
ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม		กระบวนการตัดสินใจซื้อ				
		1	2	3	4	5
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ	Multiple Regression	×	×	×	×	×
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ	Multiple Regression	×	×	×	×	×
ด้านการคมนาคมของโครงการ	Multiple Regression	×	×	×	×	×
ด้านการออกแบบของโครงการ	Multiple Regression	×	×	×	×	✓
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ	Multiple Regression	×	×	×	×	×
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ	Multiple Regression	×	✓	✓	✓	✓

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี” โดยผลของการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการตลาดในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม เป็นแนวทางการตลาดให้กับธุรกิจคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายอื่นๆ และเพื่อเป็นแนวทางต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

สังเขปการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการซื้อในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายต่างๆ

2. เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจคอนโดมิเนียมสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาในธุรกิจ รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างความได้เปรียบคู่แข่งชั้นในการทำตลาดในธุรกิจคอนโดมิเนียม
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างฐานการตลาดให้กับธุรกิจคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายต่างๆ ในอนาคต

สมมติฐานทางการวิจัย

1. การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีแตกต่างกัน
2. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี” ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) เป็นการวิจัยรูปแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) โดยการใช้ 2 ระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียด ดังนี้

1. **วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** ศึกษาจากการสังเกต โดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation)

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี มีรายละเอียดขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการสำรวจและเลือกคอนโดมิเนียมระดับกลาง ที่มีที่ตั้งห่างจากสถานีรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร ทั้ง 2 ฝั่ง ดังนี้

กลุ่มฝั่งกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 9 โครงการ ได้แก่

1. โครงการริชพาร์ค 2 แอท เตาปูนอินเตอร์เชนจ์ (Rich Park 2 @ Taopoon Interchange)

2. โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น (Metro Sky Phachachuen)

3. โครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัชวิภา - ประชาชื่น (Supalai Veranda Ratchavipha - Prachachuen)

4. โครงการเดอะพาร์คแลนด์ รัชดา - วงศ์สว่าง (The Parkland Ratchada - Wongsawang)

5. โครงการแอสปาย รัชดา - วงศ์สว่าง (Aspire Ratchada - Wongsawang)

6. โครงการศุภาลัย วิสต้า แยกติวานนท์ (Supalai Vista Tiwanon)

7. โครงการแอมเบอร์ ติวานนท์ (Amber Tiwanon)

8. โครงการเซ็นทริค ติวานนท์ สเตชั่น (Centric Tiwanon Station)

9. โครงการไนท์บริดจ์ ติวานนท์ (Knightsbridge Duplex Tiwanon)

กลุ่มฝั่งนนทบุรี มีจำนวน 13 โครงการ ได้แก่

1. โครงการไวโอ แคราย (Vio Khaerai)

2. โครงการแอสปาย รัตนาธิเบศร์ 2 (Aspire Rattanathibet)

3. โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย - งามวงศ์วาน (Supalai Park Khaerai - Ngamwongwan)

4. โครงการเดอะ ไฮเทล เซอร์วิส คอนโด (The Hotel Serviced Condo)

5. โครงการศุภาลัย เวอเรนด้า รัตนาธิเบศร์ (Supalai Veranda Rattanathibet)

6. โครงการเอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ (A Space Me Rattanathibet)

7. โครงการสกายไลน์ รัตนานิเบศร์ (Skyline Rattanathibet)
8. โครงการแอสปาย รัตนานิเบศร์ (Aspire Rattanathibet)
9. โครงการเซล รัตนานิเบศร์ (Zelle Rattanathibet)
10. โครงการดีคอน ไพร์ม รัตนานิเบศร์ (Dcon Prime Rattanathibet)
11. โครงการริชพาร์ค 3 แอท เจ้าพระยา (Rich Park 3 @ Chaophraya)
12. โครงการคาซ่า คอนโด สามแยกบางใหญ่ (Casa Condo @ MRT Sam Yaek Bang Yai)
13. โครงการพลัม คอนโด เซ็นทรัล สเตชั่น (Plum Condo Central Station)

จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการต่อด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยได้รับความอนุเคราะห์จากทางคอนโดมิเนียมในการศึกษาวิจัยได้มาจำนวน 8 โครงการ จากคอนโดมิเนียมทั้งหมดที่ได้สำรวจ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการริชพาร์ค 2 แอท โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น โครงการศุภาลัย เวอรันด้า รัชวิภา-ประชาชื่น และโครงการศุภาลัย วิสต้า แยกติวานนท์

กลุ่มที่ 2 คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน โครงการศุภาลัย เวอรันด้า รัตนานิเบศร์ โครงการเอ สเปซ มี รัตนานิเบศร์ และโครงการเซล รัตนานิเบศร์

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการโดยวิธีการสังเกต และใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7p) บางส่วน มาเป็นแนวทางประกอบการสังเกต ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านสถานที่ จัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จึงทำให้เกิดปัจจัย 6 ด้าน ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ
2. ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ
3. ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ

4. ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ
5. ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ
6. ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคของโครงการ

1.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาโดยวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participation Observation) ศึกษาจากความเป็นอยู่ของลูกค้าตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี ลงพื้นที่ไปสังเกตการณ์จากสถานที่จริง เมื่อสังเกตแล้ว ก็ดำเนินการบันทึกภาพถ่าย จดบันทึกข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความ (Interpretation)

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตกลุ่มตัวอย่าง จากสถานที่จริงทั้ง 2 ฝั่ง คือ ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ช่วยสนับสนุน ในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง

1.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมด้วยตนเองจากสถานที่จริง ดำเนินการจดบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด และนำข้อมูลมาดำเนินการตีความเป็นบทวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ แบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical description)

1.6 ความสอดคล้องระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นขั้นตอนแรกก่อน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการให้นิยามและการสร้างเครื่องมือตัวแปรต่างๆ ที่ใช้สำหรับสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

2. วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริง และข้อสรุปเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ และสรุปต่างๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ผังนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มกรุงเทพมหานคร 200 ตัวอย่าง และกลุ่มผังนนทบุรี 200 ตัวอย่าง และขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสม โดยมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ผังนนทบุรีที่เต็มใจและสะดวกที่จะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดประชากรโดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560: 28) ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยสำรองเพื่อป้องกันแบบสอบถามไม่สมบูรณ์เพิ่มเป็นทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยรวบรวมข้อมูลจากแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์เป็นคำถามในแบบสอบถาม โดยมีจำนวนคำถาม 3 ส่วน จำนวนคำถามทั้งหมด 49 ข้อ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี ได้แก่ ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทห้องของคอนโดมิเนียม จำนวน 8 ข้อ โดยเป็นคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended questions) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) ให้เลือกเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ จำนวน 27 ข้อ โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-Ended) เป็นลักษณะการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับ ฝั่งนนทบุรี แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ จำนวน 14 ข้อ โดยใช้คำถามปลายเปิด (Close-Ended) เป็นลักษณะการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี” สามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

พบว่าบทสรุปวิเคราะห์ข้อมูลของคอนโดมิเนียมแต่ละโครงการทั้ง 2 ฝั่ง คือ ฝั่งกรุงเทพมหานคร ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการริชพาร์ค 2 แอท โครงการเมโทร สกาย ประชาชื่น โครงการศุภาลัย เวอร์นด์ รัชวิภา-ประชาชื่น และโครงการศุภาลัย วิสด้า แยกติวานนท์ และ ฝั่งนนทบุรี ได้แก่ คอนโดมิเนียมของโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน โครงการศุภาลัย เวอร์นด์ รัตนธิเบศร์ โครงการเอ สเปซ มี รัตนธิเบศร์ และโครงการเซล รัตนธิเบศร์ มีโครงการก่อตั้งในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม เดินทางง่าย อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ส่วนราชการ ร้านค้า และห้างสรรพสินค้าสามารถเดินทางเข้า-ออกโครงการได้หลากหลายช่องทาง คอนโดมิเนียมแต่ละโครงการก่อสร้างด้วยรูปแบบที่ทันสมัยเข้ากับสังคมในยุคปัจจุบัน การออกแบบภายใน ตกแต่งห้องสวยงามเหมาะสม สาธารณูปโภค อาทิเช่น พื้นที่ส่วนกลาง สวนหย่อม พื้นที่จอดรถ มีความปลอดภัย มีมาตรฐานตอบสนองความต้องการ และข้อมูลดังกล่าวนี้ อันได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความอุดมสมบูรณ์ ด้านการคมนาคม ด้านการออกแบบ ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ และด้านสาธารณูปโภค ผู้วิจัยจะนำไปใช้ศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเชิงปริมาณในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีต่อไป

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อ 1 การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีแตกต่างกัน

สรุปผลวิจัย พบว่า การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครและฝั่งนนทบุรีในการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ โดยภาพรวมฝั่งนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งมีความตระหนักในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงมากกว่าภาพรวมฝั่งกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.30 เพราะฝั่งนนทบุรี เพิ่งเริ่มมีการเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์เมื่อไม่นานมานี้ โดยเฉพาะตลาดคอนโดมิเนียมที่เพิ่งมีการเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดดหลังจากที่เริ่มมีแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงตัดผ่าน ซึ่งฝั่งนนทบุรีมีราคาที่ดินถูกกว่าฝั่งกรุงเทพมหานคร ทำให้ราคาของ คอนโดมิเนียมฝั่งนนทบุรีมีราคาที่ถูกกว่าฝั่งกรุงเทพมหานคร สามารถซื้อขายได้ง่ายขึ้น และเดินทางสะดวกรวดเร็ว (เอสโตโพลิส, 2562) ซึ่งมีรายละเอียดการทดสอบสมมติฐานข้อย่อยดังนี้

การรับรู้ปัญหา เมื่อทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีในการรับรู้ปัญหาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพรวมฝั่งนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ซึ่งมีความตระหนักในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงมากกว่าภาพรวม ฝั่งกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

การค้นหาข้อมูล เมื่อทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีในการค้นหาข้อมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพรวมฝั่งนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งมีความตระหนักในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงมากกว่าภาพรวม ฝั่งกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

การตัดสินใจซื้อ เมื่อทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ การ

ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรีในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพรวมฝั่งนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมีความตระหนักในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงมากกว่าภาพรวม ฝั่งกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เมื่อทดสอบค่าความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variances not assumed พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี พฤติกรรมภายหลังการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพรวมฝั่งนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ซึ่งมีความตระหนักในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงมากกว่าภาพรวมฝั่งกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร

สรุปผลวิจัย พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ รายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ และปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ปัญหา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ

สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ปัจจัยด้านการคมนาคมของโครงการ และปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการค้นหาข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการประเมินทางเลือก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

4. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และปัจจัยด้านสาธารณูปโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

5. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งกรุงเทพมหานคร ในพฤติกรรมหลังการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของ

โครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี

สรุปผลวิจัย พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ รายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการรับรู้ปัญหา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการค้นหาข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการประเมินทางเลือก มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการประเมินทางเลือก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

4. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ปัจจัย

ด้านสาธารณสุขปภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในการตัดสินใจซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

5. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างน้อย 1 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านการออกแบบของโครงการ และปัจจัยด้านสาธารณสุขปภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี ในพฤติกรรมหลังการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาคำวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี” มีประเด็นสำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงของคอนโดมิเนียมแต่ละโครงการทั้ง 2 ฝั่ง ทำให้เกิดเป็นปัจจัยเหล่านี้ขึ้นมา ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความอุดมสมบูรณ์ ด้านการคมนาคม ด้านการออกแบบ ด้านวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ และด้านสาธารณสุขปภค เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ผู้ซื้อใช้เกณฑ์ปัจจัยเหล่านี้ในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ สุภาวรรณ ฤทธิเดช (2560) กล่าวว่า (1) เลือกซื้อคอนโดมิเนียมจากทำเลที่โดนใจ การเลือกซื้อคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้า เป็นทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสำหรับคนยุคปัจจุบัน (2) สภาพแวดล้อมก็มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ต่อเนื่องจากเรื่องของทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม สภาพแวดล้อมที่ดีย่อมเป็นคอนโดมิเนียมที่น่าอยู่อาศัย ควรสำรวจว่า พื้นที่บริเวณนั้นเปลี่ยนอันตรายเกินไปหรือไม่อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า หรือใกล้แหล่งจับจ่ายต่างๆ นอกจากนั้นต้องดูว่าเป็นแหล่งชุมชนมีโรงเรียน สถานพยาบาล หรืออยู่ใกล้กับสถานที่ทำงานต่างๆ มากเพียงใด ปัจจัยเหล่านี้ต่างส่งผลทำให้คอนโดมิเนียมเป็นที่ต้องการซื้อหรือต้องการเช่าทั้งสิ้น ยิ่งถ้ามีสภาพแวดล้อมครบถ้วน และความอุดมสมบูรณ์มากเท่าไร ยิ่งขายหมดได้รวดเร็วมากขึ้น (3) ก่อนเลือกซื้อคอนโดมิเนียมให้วางแบบห้องไว้ในใจ คอนโดสมัยนี้ทำ

แบบห้องมาให้เลือกหลากหลาย ทั้ง 1 ห้องนอน 2 ห้องนอนจนถึงแบบห้องดูเพล็กซ์ พื้นที่ใช้สอยในห้องมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน (4) การตกแต่งห้องของคนโตมึเนียม รูปแบบการตกแต่งห้องมีผลต่องบประมาณในการซื้อคอนโตมึเนียมด้วยเหมือนกัน การตกแต่งห้องทางคอนโตมึเนียมจัดมาให้มีอยู่ 2 รูปแบบ ดังนี้ การตกแต่งห้องแบบพร้อมอยู่ (Fully Furnished) เป็นการตกแต่งที่ทางคอนโตมึเนียมจัดมาให้ ได้แก่ โต๊ะรับประทานอาหาร เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า เคาน์เตอร์ครัว ไซฟาห้องรับแขก ชั้นวางโทรทัศน์ ซึ่งมีข้อดีตรงที่ไม่จำเป็นต้องไปเลือกเฟอร์นิเจอร์ด้วยตัวเอง ได้เฟอร์นิเจอร์ที่เข้ากับขนาดห้อง และจำกัดงบประมาณได้ง่ายมากขึ้น การตกแต่งห้องแบบตามใจฉัน (Fully Fitted) เป็นการซื้อคอนโตมึเนียมที่มีเฟอร์นิเจอร์มาให้เพียงบางส่วนเท่านั้น ห้องแบบนี้สำหรับคนที่ต้องการตกแต่งห้องเอง รวมถึงมีงบประมาณเพียงพอสำหรับการซื้อเฟอร์นิเจอร์เข้าห้อง และสอดคล้องกับบทความของ กิตติคม พจน์ (2561) กล่าวว่า การเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะที่หลากหลายเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ขาดไม่ได้ ทั้งระบบขนส่งมวลชน แท็กซี่ วินมอเตอร์ไซด์ ถนนหนทาง ตลอดจนทางด่วน ทางพิเศษต่างๆ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิตของคนทำงาน และต้องการเชื่อมต่อไปยังสถานที่สำคัญต่างๆ

2. การตัดสินใจซื้อคอนโตมึเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรีแตกต่างกัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี ใช้การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูลของคนโตมึเนียม การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อในการตัดสินใจซื้อคอนโตมึเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงแตกต่างกัน มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพราะว่า คอนโตมึเนียมทั้ง 2 ผังคือ ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี มีความแตกต่างกันอยู่แล้วในเรื่องของปัจจัยหลายๆ ด้าน ผู้ซื้อแต่ละคนมีการตัดสินใจซื้อที่ต่างเหตุผลกันออกไป โดยปัจจัยแต่ละด้านที่ผู้ซื้อผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรีใช้ในการตัดสินใจ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิศิษฐ์ พงศ์ พยัตตานนท์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโตมึเนียมระดับชุปเปอร์ลักซ์สวีทบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการเกล้า ทองหล่อ 13 โครงการพีทนิค สุขุมวิท 32 และโครงการคราม สุขุมวิท 26 ผลการวิจัยพบว่า ในกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีขั้นตอนที่สำคัญ คือการมีพนักงานขายทำหน้าที่ส่งข้อมูลไปยังลูกค้า โดยเริ่มต้นจากการประชาสัมพันธ์โครงการทางโทรศัพท์ไปแจ้งให้ทราบโดยตรง จากนั้นจะมีการนำข้อมูลไปเสนอถึงที่ บริการรับส่งดูห้องตัวอย่าง เป็นต้น เพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้ซื้อ ในขั้นตอน

ตระหนักถึงความต้องการซื้อ ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินตระหนักซื้อเหมือนกันคือ ความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนตระหนักถึงการลงทุนกับคอนโดมิเนียมน่าจะขาย/เช่าเร็วกว่าบ้าน ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อเพื่อการลงทุน และผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินเปรียบเทียบเหมือนกันคือ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่กรณีศึกษา ส่วนผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและผู้ซื้อเพื่อการลงทุนมีการเปรียบเทียบกับโครงการนอกพื้นที่กรณีศึกษาด้วย ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและผู้ซื้อ เพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินวางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนยังไม่วางแผนที่จะซื้ออีก

3. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม คือ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการต้องอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า อยู่ติดกับถนนใหญ่ และไม่อยู่ในซอยเปลี่ยว ด้านการคมนาคมของโครงการ ระบบขนส่งสาธารณะต้องมีผ่านหน้าโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ ต้องได้มาตรฐาน มีความคุ้มค่ากับราคาของคอนโดมิเนียม ส่วนด้านสาธารณูปโภคของโครงการ ต้องมีความปลอดภัย พร้อมใช้งานและเพียงพอต่อลูกบ้านของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสัญชัย ธนะวิบูลย์ชัย (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในทำเลรอบโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของภูวิศ สิงห์สกุลชัยชาญ (2558) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คือ ปัจจัยด้านการดูแลและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการขาย ปัจจัยด้านราคา คุณภาพการก่อสร้างและความเพียงพอของที่จอดรถ ปัจจัยด้านคุณลักษณะเพิ่มเติม

ปัจจัยด้านพนักงานขาย และคุณภาพเฟอร์นิเจอร์ และปัจจัยด้านความสะดวก โดยทั้งหมดที่กล่าวมาส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ ด้านการคมนาคมของโครงการ ด้านการออกแบบของโครงการ ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ ของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านการออกแบบของโครงการ และด้านสาธารณูปโภคของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ฝั่งนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจาก ฝั่งนนทบุรีมีโครงการเกิดขึ้นมากมาย จึงให้ความสำคัญกับด้านการออกแบบของโครงการ ทั้งการออกแบบแปลนของอาคาร และการออกแบบแปลนห้อง รวมถึงด้านสาธารณูปโภคต่างๆ ที่มีความหลากหลายและเพียงพอต่อจำนวนของลูกบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤพนธ์ ไชยยศ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของผู้บริโภคด้านลักษณะทางกายภาพเน้น เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น สวน ฟิตเนส สระว่ายน้ำ ร้านค้า ร้านอาหารและที่จอดรถส่วนตัวทั้งในโครงการคอนโดมิเนียมและในพื้นที่โดยรอบ เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเพชรไพลิน ปัญญา และวรัท วิณีจ (2558) ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าเจนเนอเรชันวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อห้องชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการออกแบบโครงสร้างอาคารมีความทนทาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา : ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมควรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเป็นอันดับแรก โดยทำเลที่ตั้งต้องอยู่ใกล้กับแหล่งงาน สถานศึกษา และถ้าทำเลที่ตั้งใกล้กับรถไฟฟ้ามาก คอนโดมิเนียมจะมีมูลค่าสูงเพิ่มขึ้น

2. ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมควรคำนึงถึงเรื่องความสะดวกสบายในการคมนาคม โดยต้องมีระบบขนส่งสาธารณะผ่านโครงการ และควรอยู่ใกล้กับถนนใหญ่สามารถเชื่อมต่อไปยัง ถนนเส้นสำคัญอื่นๆ ได้ตลอดจนทางด่วน ทางพิเศษต่างๆ จะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้

3. ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมควรพัฒนารูปแบบสถาปัตยกรรมในการสร้างคอนโดมิเนียม ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ดูโดดเด่นน่าสนใจ และมีรูปแบบห้องที่หลากหลาย เช่น การสร้างจะมีความแตกต่างกัน ทำให้เพิ่มจำนวนผู้ซื้อได้มากขึ้น

4. ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมควรเลือกวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น คอนโดมิเนียมระดับกลางส่วนมากเลือกใช้สุภาพภัณฑ์จากยี่ห้ออเมริกัน สแตนดาร์ด (American Standard) กบยี่ห้อคอตโต้ (Cotto) ส่วนเฟอร์นิเจอร์จากยี่ห้อเอสบี เฟอร์นิเจอร์ (SB Furniture) กบยี่ห้ออินเด็กซ์ ลิฟวิงมอลล์ (Index livingmall) ซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีความคุ้มค่าและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

5. ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมควรออกแบบสาธารณูปโภคให้เหมาะสมกับพื้นที่ของโครงการ โดยแต่ละโครงการควรให้ความสำคัญกับส่วนกลางในเรื่องพื้นที่ทำกิจกรรมต่างๆ เช่น พื้นที่สำหรับทำงานร่วมกัน (Co - Working space) พื้นที่สำหรับทำครัวใช้ร่วมกัน (Co - Kitchen space) พื้นที่สำหรับเรียนส่วนตัว (Private study area) ห้องชานาแบบไอน้ำและแบบอบร้อน (Stream & sauna) ห้องเล่นโยคะ (Yoga area) สนามกอล์ฟจำลอง (Golf simulator) ห้องชกมวย (Boxing room) และฟาร์มเชลฟ์ (Farm shelf) เป็นต้น

6. จากการศึกษาเปรียบเทียบทั้ง 2 ผัง ผังกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียม ควรเน้นการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ติดกับสถานีรถไฟฟ้าและถนนใหญ่ มีการคมนาคมที่สะดวกทุกรูปแบบ เลือกใช้วัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องที่มีคุณภาพ เน้นยี่ห้อชั้นนำเหมาะสมกับราคา และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนผังนนทบุรี ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมควรเน้นการออกแบบโครงการและห้องพักให้มีความโดดเด่น ออกแบบพื้นที่ส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมลงตัว รวมถึงสาธารณูปโภคต้องเป็นไปตามมาตรฐานหรือมีมากกว่ามาตรฐานยิ่งดี เพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้พักอาศัยทุกเพศทุกวัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีต่างๆ แล้วนำไปเปรียบเทียบกับผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เหมือนกันหรือแตกต่างกัน

2. ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษาการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งอื่นๆ ว่ามีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าเหมือนกันหรือแตกต่างกัน

3. ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมกับบ้านจัดสรรตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เหมือนกันหรือแตกต่างกัน



บรรณานุกรม

- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & et al. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. New Delhi: Prentice Hall of India.
- Lin Lei. (2016). *The Study of Factors Influencing Chinese Customers Purchase Decision of Residential Condo in Bangkok*. The Graduate School Bangkok University, Bangkok.
- Orji., & Goodhope. (2013). Major Classic Consumer Buying Behavior Models: Implications for Marketing Decision-Making. *Journal of Economics and Sustainable*.
- เพชรไพลิน ปัญญา; และ วรัท วิณีจ. (2558). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการซื้อห้องชุด. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 21-38.
- โฮม. (2558). รีวิวคอนโด เมโทร สกาย บางซื่อ - ประชาชื่น ใกล้รถไฟฟ้าสายสีแดง. Retrieved from <https://www.home.co.th/review/detail/72944-รีวิวคอนโดใหม่โครงการเมโทร-สกาย-ประชาชื่น>
- โฮมซูมเมอ. (2561a). A space Me Rattanathibet. Retrieved from <https://www.homezoomer.com/a-space-me-rattanathibet-เอ-สเปซ-มี-รัตนธิเบศร์/>
- โฮมซูมเมอ. (2561b). รีวิวคอนโด Rich Park 2 @Taopoon Interchange. Retrieved from <https://www.homezoomer.com/175-rich-park-2-taopoon-interchange-ริชพาร์ค-เตาปูน-อิน/>
- โฮมน่าอยู่. (2559). รีวิว คอนโด Zelle รัตนธิเบศร์ ขายแบบ Fully Furnished ราคาเริ่มต้น 1.69 ล้านบาท. Retrieved from <http://www.homenayoo.com/zelle-rattanathibet/>
- โฮมน่าอยู่. (2560a). EP.886 รีวิว คอนโด สุภาลัย เวนด์้า รัชวิภา – ประชาชื่น ราคาเริ่มต้นที่ 1.89 ล้านบาท. Retrieved from <http://www.homenayoo.com/supalai-veranda-ratchavipha-prachachuen/>
- โฮมน่าอยู่. (2560b). คอนโด สุภาลัย วิสต้า แยกติวานนท์ Supalai Vista Tiwanon. Retrieved from <http://www.homenayoo.com/supalai-vista-tiwanon/>
- โฮมน่าอยู่. (2561). คอนโด สุภาลัย เวนด์้า รัตนธิเบศร์ Supalai Veranda Rattanathibet. Retrieved from <http://www.homenayoo.com/supalai-veranda-rattanathibet/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550a). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550b). การวิเคราะห์สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). หลักสถิติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.

กิตติคม พงษ์. (2561). 10 ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน-คอนโด ของคนยุคปัจจุบัน. Retrieved from

<http://www.nationtv.tv/main/content/378600667/>

ภูเกิล แมพ. (2562). ความอุดมสมบูรณ์ของโครงการริชพาร์ค 2 แอท เตอาปูน อินเทอร์เน็ต. Retrieved from

[https://www.google.com/maps/place/ริชพาร์ค2+@เตอาปูนอินเทอร์เน็ต/@](https://www.google.com/maps/place/ริชพาร์ค2+@เตอาปูนอินเทอร์เน็ต/@13.806228,100.5267527,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x30e29b8a7d502d53:0xba4283593b156b83!8m2!3d13.806228!4d100.5289414)

[13.806228,100.5267527,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x30e29b8a7d502d53:0xba428](https://www.google.com/maps/place/ริชพาร์ค2+@เตอาปูนอินเทอร์เน็ต/@13.806228,100.5267527,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x30e29b8a7d502d53:0xba4283593b156b83!8m2!3d13.806228!4d100.5289414)

[3593b156b83!8m2!3d13.806228!4d100.5289414](https://www.google.com/maps/place/ริชพาร์ค2+@เตอาปูนอินเทอร์เน็ต/@13.806228,100.5267527,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x30e29b8a7d502d53:0xba4283593b156b83!8m2!3d13.806228!4d100.5289414)

ค่านาย อภิรัชฎากุล. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โปกส์มีเดีย แอนด์พับลิชชิง.

ดีดี พร็อพเพอร์ตี้. (2561). อสังหาริมทรัพย์ไทยส่องแววคึกคักต้นปี 2562 - คาดชะลอตัวในไตรมาส 2. Retrieved from

[https://forbesthailand.com/commentaries/%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1](https://forbesthailand.com/commentaries/%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%AF-%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%81.html)

[%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%AF-](https://forbesthailand.com/commentaries/%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%AF-%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%81.html)

[%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0](https://forbesthailand.com/commentaries/%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%AF-%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%81.html)

[%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%84](https://forbesthailand.com/commentaries/%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%AF-%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%81.html)

[4%E0%B8%B1%E0%B8%81.html](https://forbesthailand.com/commentaries/%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%AF-%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%81.html)

ริงออลฟลิฟวี่. (2557a). Rich park 2 @เตอาปูนอินเทอร์เน็ต คอนโด High Rise ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง - น้ำ

เงินโดยรีชีเพลช. Retrieved from <https://thinkofliving.com/คอนโด/rich-park-2-เตอาปูนอินเทอร์เน็ต>

[อินเทอร์เน็ต-คอนโด-high-rise-ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง-น้ำเงินโดย-รีชีเพลช-preview-142722-ฟรีวิวโครงการ/](https://thinkofliving.com/คอนโด/rich-park-2-เตอาปูนอินเทอร์เน็ต)

ริงออลฟลิฟวี่. (2557b). Supalai Veranda รัตนาธิเบศร์ คอนโด High Rise จาก Supalai [Preview].

Retrieved from [https://thinkofliving.com/คอนโด/supalai-veranda-รัตนาธิเบศร์-คอนโด-](https://thinkofliving.com/คอนโด/supalai-veranda-รัตนาธิเบศร์-คอนโด-high-rise-จาก-supalai-preview-194963-ฟรีวิวโครงการ/)

[high-rise-จาก-supalai-preview-194963-ฟรีวิวโครงการ/](https://thinkofliving.com/คอนโด/supalai-veranda-รัตนาธิเบศร์-คอนโด-high-rise-จาก-supalai-preview-194963-ฟรีวิวโครงการ/)

ริงออลฟลิฟวี่. (2558). Zelle รัตนาธิเบศร์ คอนโด Low Rise สร้างเสร็จพร้อมอยู่ ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง จาก

ปริญญาสิริ [รีวิวฉบับที่ 710]. Retrieved from [https://thinkofliving.com/คอนโด/zelle-รัตนาธิเบศร์-](https://thinkofliving.com/คอนโด/zelle-รัตนาธิเบศร์-คอนโด-low-rise-สร้างเสร็จพร้อมอยู่-ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง-จาก-ปริญญาสิริ-รีวิวฉบับที่-710-191148-ฟรีวิวโครงการ/)

[คอนโด-low-rise-สร้างเสร็จพร้อมอยู่-ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง-จาก-ปริญญาสิริ-รีวิวฉบับที่-710-191148-ฟรีวิว](https://thinkofliving.com/คอนโด/zelle-รัตนาธิเบศร์-คอนโด-low-rise-สร้างเสร็จพร้อมอยู่-ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง-จาก-ปริญญาสิริ-รีวิวฉบับที่-710-191148-ฟรีวิวโครงการ/)

[โครงการ/](https://thinkofliving.com/คอนโด/zelle-รัตนาธิเบศร์-คอนโด-low-rise-สร้างเสร็จพร้อมอยู่-ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง-จาก-ปริญญาสิริ-รีวิวฉบับที่-710-191148-ฟรีวิวโครงการ/)

ริงออลฟลิฟวี่. (2560a). Supalai Park แคราย - งามวงศ์วาน คอนโด High Rise 34 ชั้น ห่างจากสถานีศูนย์

ราชการถนนพหลโยธินประมาณ 130 ม. จาก ศูนย์ [รีวิวฉบับที่ 1342]. Retrieved from

- <http://thinkofliving.com/2017/05/06/supalai-park-แคราย-งามวงศ์วาน/>
- ถึงอพลีฟิ่ง. (2560b). Supalai Veranda รัชวิภา - ประชาชื่น ไกล่รถไฟฟ้า 2 สาย โดย ศุภภัสย์ [รีวิวนับที่ 482]. Retrieved from <https://thinkofliving.com/คนโด/supalai-veranda-รัชวิภา-ประชาชื่น-ไกล่รถไฟฟ้า-2-สาย-โดย-ศุภภัสย์-รีวิวนับที่-482-114696-รีวิวโครงการ/>
- ถึงอพลีฟิ่ง. (2560c). พาชมตึกเสร็จ Metro Sky บางซื่อ - ประชาชื่น คอนโดติดสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ บน ถนนประชาชื่น จาก Property Perfect [รีวิวนับที่ 1399]. Retrieved from <https://thinkofliving.com/article/พาชมตึกเสร็จ-metro-sky-บางซื่อ-ประชาชื่น-คอนโดติดสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อ-บนถนนประชาชื่น-จาก-property-perfect-รีวิวนับที่-1399-420282-รีวิวโครงการ/>
- นฤพนธ์ ไชยยศ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559, 598-606.
- บริษัท เน็กซ์ พรอพเพอร์ตี้ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด. (2560). เน็กซ์ฯ สรุปลภาพรวมตลาดคอนโดปี 59 ขึ้นแนวโน้มปีหน้า ต้องเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ. Retrieved from <http://nexus.co.th/news/เน็กซ์ฯ-สรุปลภาพรวมตลาด/>
- บริษัท เอเจนท์ ฟอว์ เร็ลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด. (2559). ด่วนสถานการณ์ตลาดอสังหาฯ ธันวาคม 2558 ออกแล้ว. Retrieved from https://www.area.co.th/thai/area_announce/area_press.php?strquey=press_announcement1256.htm
- บริษัท ซอฟท์บิส พลัส จำกัด. (2561). มาทำความรู้จักกับ คอนโดมิเนียม การเลือกซื้อ องค์ประกอบ และการจัดห้อง. Retrieved from <http://www.softbizplus.com/knowledge-management/891-discover-the-condominium>
- บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด(มหาชน). (2561). แผนที่เส้นทางรถไฟฟ้า. Retrieved from <https://metro.bemplc.co.th/MRT-System-Map.aspx?lang=th>
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ; และคณะ. (2541). พฤติกรรมการตัดสินใจ. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พลัส พร็อพเพอร์ตี้. (2561). พลัส พร็อพเพอร์ตี้ ประเมินแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วง. Retrieved from <https://www.plus.co.th/บทความ/ข่าวสารจากพลัส-พลัส-พร็อพเพอร์ตี้-ประเมินแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วง-2068>
- ภูวิศ สิงห์สกุลชัยชาญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (*High Rise*) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- รีวิวยัวร์ลิฟิ่ง. (2560). A space Me รัตนาธิเบศร์ บนทำเลสะดวกสบายเชื่อมต่อกกลางเมือง ครบครันทุกสิ่งมีชีวิต

ต้องการ. Retrieved from <https://www.reviewyourliving.com/review-condo/a-space-me-rattanathibet-2/>

วิศิษฎ์พงศ์ พยัตตานนท์. (2559). กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์วีริบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการเกล้า ทองหล่อ 13 โครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26. (วิทยานิพนธ์ คพ.ม. (การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์)), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2548). การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ บิสซิเนส เวิร์ล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญา ลักษิตานนท์; และ ศุภร เสรีรัตน์. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญา ลักษิตานนท์; และ ศุภร เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สยามธุรกิจ. (2562). คอนโดฯสายสีม่วงลั่นตลาดแน่น! 23 ก.ม. แสนยูนิต/นักลงทุนเมินค้ำกำไร/ขายดีฯ 2 ปีหมด.

Retrieved from <https://www.siamturakij.com/news/4869-คอนโดฯสายสีม่วงลั่นตลาดแน่น-23-ก-ม-แสนยูนิต-นักลงทุนเมินค้ำกำไร-ขายดีฯ-2-ปีหมด>

สัณชัย ธนะวิบูลย์ชัย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สุภาวรรณ ฤทธิเดช. (2560). เคล็ด(ไม่)ลับ เลือกซื้อคอนโดยังไง ให้โดนใจ ไม่ผิดหวัง. Retrieved from <https://www.estopolis.com/article/เคล็ด%28ไม่%29ลับ-เลือกซื้อคอนโด-ยังไง-ให้โดนใจ-ไม่ผิดหวัง>



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ฉบับที่



แบบสอบถาม

เรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี”

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำปฏิญานิพนธ์ ของนิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้วิจัยขอความร่วมมือท่านในการตอบคำถามให้ตรงกับความคิดเห็นหรือตรงกับความเป็นจริงของท่านตอบคำถามอย่างครบถ้วนทุกข้อ ทั้งนี้ไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่าน ซึ่งผลสรุปที่ได้จะนำมาใช้เพื่อประกอบการอธิบายสรุปผลวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า สายสีม่วง กรณีศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี

แบบสอบถาม

เรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว
เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฟังกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง เพียงข้อเดียวที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของ
ท่านมากที่สุด

1. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง

<input type="checkbox"/> 1. ฟังกรุงเทพมหานคร	<input type="checkbox"/> 2. ฟังนนทบุรี
--	--
2. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
3. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 26 – 35 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 36 – 45 ปี	<input type="checkbox"/> 4. ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป
4. สถานภาพสมรส

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
<input type="checkbox"/> 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	
5. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี	
6. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> 2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> 3. ผู้ประกอบการ/ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> 4. เกษียณ
<input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 15,001 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 30,001 – 45,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 45,001 – 60,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 60,001 – 75,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. 75,001 บาทขึ้นไป

8. ประเภทห้องของคนโตมึเนียม

1. Studio Room (ห้องสตูดิโอ) 2. One Bedroom (1 ห้องนอน)
3. Two Bedroom (2 ห้องนอน) 4. Duplex (ห้องเพดานสูง 2 ชั้น)
5. อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว
เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ทัศนศึกษา: ฝั่งกรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี
คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลาง ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ทัศนศึกษา: ฝั่ง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ					
1. ใกล้ที่พักอาศัยเดิม					
2. ใกล้สถานที่ทำงาน					
3. การคมนาคมมีความสะดวก เดินทางง่าย					
4. พื้นที่ตั้งไม่เสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย					
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของโครงการ					
5. อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน					
6. อยู่ใกล้กับสถานที่ราชการ					
7. อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า / ร้านสะดวกซื้อ / ร้านอาหาร					
ด้านการคมนาคมของโครงการ					
8. การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความสะดวก					
9. การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะมีความสะดวก					
10. เข้า - ออกโครงการได้หลากหลายเส้นทาง					
11. เส้นทางชั่วโมงเร่งด่วนการจราจรไม่ติดขัด					

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตาม แนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ฟัง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการออกแบบของโครงการ					
12. ออกแบบสถาปัตยกรรมมีความทันสมัย					
13. การออกแบบที่ใช้สอยได้อย่างเหมาะสม					
14. พื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน					
15. การก่อสร้างเป็นไปตามมาตรฐาน					
16. การออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
ด้านวัสดุ / เฟอร์นิเจอร์ของโครงการ					
17. วัสดุที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพ					
18. มีการรับประกันคุณภาพห้องพักอย่างเหมาะสม เช่น การรับประกัน กรณีห้องรั่วซึม, รอยร้าว เป็นต้น					
19. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งมีคุณภาพสมราคา					
20. วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง / ตกแต่งห้อง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
ด้านสาธารณูปโภคของโครงการ					
21. พื้นที่ส่วนกลางมีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi)					
22. พื้นที่สวนหย่อมในส่วนกลาง ตกแต่งสวยงามอยู่สม่ำเสมอ					
23. สระว่ายน้ำ / สนามเด็กเล่น / ห้องออกกำลังกาย พร้อมใช้งาน อยู่สม่ำเสมอ					
24. พื้นที่จอดรถมีความเหมาะสม					
25. ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐาน รัดกุม					
26. เจ้าหน้าที่ / ช่างนิติประจำโครงการ คอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง					
27. ลิฟท์โดยสารที่ให้บริการ ปลอดภัยและพร้อมใช้งาน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนวเส้นทาง
รถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผังกรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี
คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง กรณีศึกษา: ผัง กรุงเทพมหานครกับผังนนทบุรี	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรับรู้ปัญหา					
1. ท่านซื้อคอนโดมิเนียมเพราะมีปัญหาบ้านอยู่ไกลจาก สถานที่ทำงาน					
2. ท่านซื้อคอนโดมิเนียมเพราะแยกครอบครัว					
3. ท่านซื้อคอนโดมิเนียมเพราะเดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าสายสีม่วง					
การค้นหาข้อมูล					
4. ท่านค้นหาข้อมูลการซื้อคอนโดมิเนียมจากสื่อต่างๆ เช่น โฆษณา ป้ายบิลบอร์ด เว็บไซต์ ฯลฯ					
5. ท่านสอบถามข้อมูลคอนโดมิเนียมจากพนักงานขาย					
6. ท่านสอบถามข้อมูลคอนโดมิเนียมจากครอบครัว เพื่อน					
การประเมินทางเลือก					
7. รูปแบบคอนโดมิเนียมมีโครงสร้างที่แข็งแรง มีความ ทันสมัย และสวยงาม					
8. ชื่อเสียงของบริษัทที่ก่อสร้างคอนโดมิเนียม					
9. ราคาคอนโดมิเนียมมีความคุ้มค่า					
การตัดสินใจซื้อ					
9. ท่านตัดสินใจซื้อเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย					
10. ท่านตัดสินใจซื้อเพราะได้ราคาตามที่คาดหวังไว้					
11. ท่านตัดสินใจซื้อเพื่อการเก็งกำไรในอนาคต					

การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับกลางตามแนว เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ภาณุศึกษา: ผัง กรุงเทพมหานครกับฝั่งนนทบุรี	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ					
12. ท่านมีความพึงพอใจต่อคอนโดมิเนียมที่ซื้อไป					
13. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อคอนโดมิเนียมที่ท่านได้ซื้อไป					





ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถบถ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ ดร.ผจงศักดิ์ หมวดสง	อาจารย์ประจำภาคศึกษาระดับบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.กัลยภิตติ์ กীরติอังกูร	อาจารย์ประจำภาคศึกษาระดับบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวมัชฌิมา รีธาเซ็น
วัน เดือน ปี เกิด	18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536
สถานที่เกิด	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2555-2559 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2559-ปัจจุบัน บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครี นทรวิโรฒ ประสานมิตร
ที่อยู่ปัจจุบัน	74/589 เดอะทรีส์คองโด จามวงศ์วาน หมู่ 2 ตำบลบางเขน อำเภอเมือง นนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

