

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ธันวาคม 2559

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ธันวาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ธันวาคม 2559

ศิริพงษ์ นารีนรงค์. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณินพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปรินญาณินพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุศลศรี.

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือนักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า รวมถึงลงทุนเพื่ออยู่อาศัยในระยะแรก หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียมในรูปแบบต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดคือ 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การคำนวณค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และ สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีประสบการณ์ลงทุนน้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน คือ แหล่งบุคคล และมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

นักลงทุนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ สถานภาพแตกต่างกันมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประสบการณ์การลงทุน ประกอบด้วยระยะเวลาในการลงทุน ระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน แตกต่างกันมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์แตกต่างกันมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง คุณลักษณะของโครงการสภาพแวดล้อมและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01ตามลำดับโดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 30.8 %

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

FACTOR RELATED TO THE INVESTMENT DECISIONS OF INVESTORS IN A CONDOMINIUM
IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA.

AN ABSTRACT
BY
SIRIPONG NAREEWONG



Presented in Partial Fulfillment of the Requirement for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

November 2016

Siripong Nareewong. (2015). *Factors related to the investment decisions of investors in a condominium in the Bangkok metropolitan area*. Master's Thesis, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University, Advisor Committee: Assoc. Prof. Nak Gulid, Ph.D.

This research aimed to study the factors related to the investment decisions of investors on condominiums in the Bangkok metropolitan area. The respondents in this research consisted of investors who invest by selling-renting, including those who invested to live during the first period and people who had invested in a condominium in various forms in Bangkok. The respondents were aged twenty and above. The samples used in this study consisted of four hundred respondents. The questionnaire was constructed and used as a tool for collecting data. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way analysis of variance, Pearson product moment correlation coefficient analysis, and multiple regression statistical analysis.

The results of this research were as follows:

Most investors were female aged between twenty and twenty-nine years old, single, with an education at level of a Bachelor's degree. They were employed as state enterprise officers. Their monthly income was below or equal to THB 15,000. They had investment experiences of less than one year. The time period for holding properties was less than one year. There were sources of information for investment decisions such as personnel sources and at the cognitive level, which was related to investment in the highest level.

The results of the hypothesis testing revealed as follows:

Investors with different marital status and occupations made different investment decisions on condominiums in the Bangkok metropolitan area at a statistically significant level of .05.

Investment experiences differed in terms of the time period of investment, the time period for holding properties and the source of the information for the investment decision and making investment decisions on condominium in Bangkok metropolitan area differed at a statistically significant level of .01.

The cognitive aspect was different in relation to investment in real estate and made a difference in terms of making investment decisions on condominium in the Bangkok metropolitan area at a statistically significant level of .01.

The business environment had a relationship related to investment decisions on condominiums in the Bangkok metropolitan area with a statistically significant level of .01 by having the relationship in the same direction and at the moderate level.

The Rubik model in terms of land and location, project characteristics, environment and integrated marketing communication (IMC) influenced investment decisions on condominiums in the Bangkok metropolitan area with statistically significant levels of .01 and .05, respectively which could explain the percentage 30.8.

The values and lifestyles (VALS) related investment decisions on condominiums in the Bangkok metropolitan area with a statistical significance of .01 and having a relationship in the same direction and at the moderate level.

ประกาศคุณประการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องมาจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากอาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัย และชี้แนะแนวทางในการทำวิจัยให้สมบูรณ์แบบ ตั้งแต่วันแรกในการเริ่มดำเนินงานวิจัยกระทั่งได้เป็นสารนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และอาจารย์ ดร.วรินทร์า สิริสุทธิกุล ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย รวมทั้งที่ได้กรุณามาเป็นคณะกรรมการสอบเค้าโครงและสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ โดยได้ให้การพิจารณาและคำแนะนำซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย จนทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ทั้งหลายมาใช้เป็นแนวทางในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา ครอบครัว และเพื่อนๆ ร่วมชั้นเรียนทุกคน ที่ได้ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ขณะที่ศึกษาและตลอดการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่า ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้การเก็บข้อมูลครั้งนี้สามารถนำไปวิจัยได้อย่างเสร็จสมบูรณ์

ศิริพงษ์ นารีนงษ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
กรอบแนวคิดการวิจัย	12
สมมติฐานในการวิจัย	14
2 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
แนวความคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	15
ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ	18
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	28
ความหมายและแนวคิดประสบการณ์	32
แนวคิดและทฤษฎีหลักการลงทุน	37
การตัดสินใจเพื่อการลงทุน	46
การตัดสินใจเพื่อการลงทุน	54
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์	60
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	65
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)	66
การตัดสินใจ	69
วิวัฒนาการคอนโดมิเนียม : แนวคิด ทฤษฎี กฎหมาย การบริหารนิติบุคคล	
อาคารชุด	76
ห้าทำเลคอนโดที่คึกคักน่าลงทุนปี พ.ศ. 2558	90
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	94

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	103
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	103
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	106
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	113
การเก็บรวบรวมข้อมูล	114
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	115
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	116
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	123
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	123
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	124
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	194
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	197
สังเขปการวิจัย	197
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	204
การอภิปรายผลการวิจัย	218
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	226
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	231
บรรณานุกรม	232
ภาคผนวก	238
ภาคผนวก ก	239
ภาคผนวก ข	252
ประวัติย่อผู้วิจัย	254

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่	105
2 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)	119
3 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	122
4 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้	125
5 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ และรายได้	128
6 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุนของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน	129
7 แสดงผลระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ของนักลงทุนใน เขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถาม	131
8 แสดงคะแนนรวมระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนัก ลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร	134
9 แสดงระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ในเขต กรุงเทพมหานคร	135
10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนัก ลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร รวบรวมด้าน	136
11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้	136
12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้	137
13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครรวมรายด้าน	138
14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทำเลที่ตั้ง	139

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านโครงการคอนโดมิเนียม	140
16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท	141
17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า	142
18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ	143
19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ	144
20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณลักษณะโครงการ	145
21 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้า	146
22 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	147
23 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	148
24 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครรวมรายด้าน	149
25 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ	150
26 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ	151
27 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ	152

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต	153
29 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์	154
30 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยม	155
31 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ	155
32 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม	156
33 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่	157
34 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มนักปฏิบัติ	157
35 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้ดีนรณ	158
36 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของ นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร	159
37 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของเพศกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	162
38 แสดงการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนใน เขตกรุงเทพมหานคร	162
39 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของอายุกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	163
40 แสดงการทดสอบค่าความแตกต่างของอายุกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของ นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe	164

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของสถานะภาพกับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	165
42 แสดงการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนใน เขตกรุงเทพมหานคร	165
43 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับการศึกษากับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	166
44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษากับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ใน การทดสอบสมมติฐาน	167
45 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของอาชีพกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	168
46 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของ นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ สมมติฐาน	168
47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอาชีพแตกต่างกันกับการตัดสินใจ ลงทุนคอนโดมิเนียม	169
48 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับรายได้กับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	171
49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับรายได้กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ สมมติฐาน	171
50 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของประสบการณ์การลงทุนกับการตัดสินใจ ลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	173
51 แสดงการทดสอบค่าความแตกต่างของประสบการณ์การลงทุนกับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe...	173
52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม	174

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์กับการ ตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	176
54 แสดงการทดสอบค่าความแตกต่างของระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์กับการตัดสินใจ ลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติ Brown- Forsythe	176
55 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่าง กันกับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม	177
56 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนกับการ ตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	178
57 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ สมมติฐาน	179
58 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน แตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม	180
59 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนกับการ ตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	182
60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ สมมติฐาน	183
61 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียมของนัก ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน	184
62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กับการตัดสินใจ ลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	185
63 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของโมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการที่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression)	187

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
64 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis)	188
65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร	190
66 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	194



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	13
2 The RUBIX model	19
3 กระบวนการเรียนรู้จากทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์	35
4 แนวความคิดจากทฤษฎีของ Kolb	36
5 แบบจำลอง 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	74



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โดยภาพรวม ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของกรุงเทพมหานคร ในปีพ.ศ. 2557 ที่ผ่านมามีภาวะดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ แต่ก็ถือว่ายังไม่มีแนวโน้มอันเนื่องมาจากความผันผวนทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงครึ่งปีแรกมีผลกระทบต่อด้านอสังหาริมทรัพย์ทุกประเภท แต่พบว่าส่วนใหญ่สามารถฟื้นตัวกลับมาดีขึ้นได้ในช่วงครึ่งปีหลัง ส่วนในปี พ.ศ. 2558 นี้ แม้แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมอาจยังไม่สดใส แต่เชื่อว่า ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของกรุงเทพมหานคร จะมีภาวะที่ดีกว่าปีที่ผ่านมา เพราะสามารถดูได้จากการเมืองที่มีความเสถียรมากขึ้น และคาดว่าแผนการปฏิรูปประเทศของรัฐบาลจะช่วยให้มีความชัดเจนมากขึ้นในแง่ของนโยบายและทิศทางทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะช่วยให้บรรยากาศในธุรกิจและความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้น

ซึ่งผลการสำรวจโครงการคอนโดมิเนียมต่างๆ ของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ในช่วงครึ่งปีแรก ของปี พ.ศ.2557 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีโครงการคอนโดมิเนียมเปิดขายในตลาดจำนวน 168 โครงการ 94,718 ยูนิต (รวมโครงการเก่าย้อนหลังไป 3 ปี และโครงการเปิดใหม่) โดยทั้งปี พ.ศ. 2557 มีคอนโดมิเนียม ทั้งโครงการที่เปิดใหม่ และเก่าที่ยังเสนอขายอยู่ในตลาดมีประมาณ 1.3 แสนยูนิต ด้านการก่อสร้างของ 168 โครงการ ที่อยู่ระหว่างการขายนี้กำหนดก่อสร้างแล้วเสร็จพร้อมอยู่ในปีพ.ศ. 2557 และพ.ศ. 2558 ประมาณ 70% และอยู่ในระหว่างการก่อสร้างกำหนดเสร็จหลังปีพ.ศ. 2558 อีก 30% ซึ่งห้องชุดที่อยู่ระหว่างก่อสร้างแล้วยังขายไม่หมดนี้ เมื่อสร้างเสร็จแล้วจะถูกดูดซับได้หมดภายใน 1 ปี (<http://www.manager.co.th>, สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2558)

จะเห็นได้ว่าจำนวนคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และยังมีทิศทางที่จะเพิ่มขึ้นอีกเรื่อยๆ ตามความเจริญทางด้านคมนาคมที่ไม่หยุดยั้ง ซึ่งตอบโจทย์การเป็นอันดับ 1 สุดยอดเมืองท่องเที่ยวโลก จากผลสำรวจ ของมาสเตอร์การ์ด โกลบอล เดสติเนชั่น ซีตี้ 2013 อินเด็กซ์ จาก 132 เมืองทั่วโลก (<http://www.tiewpakklang.com>, อินเทอร์เน็ต 7 กันยายน 2558) ซึ่งคอนโดมิเนียมกลายเป็นที่พักอาศัยยอดฮิตของคนเมืองเนื่องด้วยวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป ทำให้คอนโดมิเนียมเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยตอบโจทย์การใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ที่ต้องการความสะดวกสบายแบบกะทัดรัด และยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งเหตุผลเหล่านี้ทำให้เป็นที่จับตามองของนักลงทุนที่นิยมซื้อคอนโดมิเนียมไว้เก็งกำไรและปล่อยเช่าเป็นอย่างมาก ปัจจุบันนักลงทุนยังต้องจับตามองถึงความไม่คงที่ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวนอยู่ในขณะนี้ เพราะถึงแม้ว่าการเมืองจะเริ่มเข้าที่เข้าทาง แต่ก็ยังเกิดความไม่สงบขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบต่อ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในวงกว้าง ทำให้นักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุน เพราะการได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมนั่นเอง แม้กระนั้นก็ยังมียุคสมัยสภาพแวดล้อมอื่นที่เข้ายวนนักลงทุนให้หันมาลงทุนได้เป็นอย่างมาก เช่น ความเจริญทางด้านคมนาคมภายในกรุงเทพ ที่ทำให้นักลงทุนเกิดการตัดสินใจลงทุนเป็นอย่างมาก ในการตัดสินใจนี้นักลงทุนจำเป็นต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันให้ดีเสียก่อน เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

จากการที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะว่ากรุงเทพมหานครนั้นมีการเติบโตแบบไม่หยุดยั้ง ตามวิถีทางด้านเทคโนโลยี และทางบริษัทคอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) ยังคาดการณ์ว่าจะมีคอนโดมิเนียมเปิดขายมากกว่า 50,000 ยูนิต ซึ่งมากกว่าปี พ.ศ. 2557 กว่า 20% (<http://www.dailynews.co.th>, สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2558) โดยมุ่งหวังว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะสามารถใช้ประโยชน์สำหรับนักลงทุน ในการประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการลงทุน ช่วยในการกำหนดทิศทางการวางแผนในการลงทุน และยังสามารถนำปัจจัยที่ศึกษามาได้ ไปวิเคราะห์ให้เข้ากับสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจลงทุน และเพื่อให้เกิดภาวะทางความเสี่ยงในด้านต่างๆ น้อยที่สุดในการลงทุนอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์การลงทุน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กับ การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษา ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (RUBIK Model) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับ การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนของคนโตมรเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อให้ให้นักลงทุน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมรเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ไปประกอบการพิจารณาวางแผนตัดสินใจนำข้อมูลที่ได้ไปเชื่อมโยงปัจจัยต่างๆ ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางสังคมในปัจจุบัน และนำมาพิจารณาให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การลงทุนเผชิญความเสี่ยงน้อยที่สุด และก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนมากที่สุด

ในด้านผู้ประกอบการก็สามารถนำผลที่ได้ไปประกอบการตัดสินใจ เพื่อการพิจารณาในโครงการคนโตมรเนียมใหม่ๆ ในกรุงเทพมหานคร ให้ตอบโจทย์ และสร้างความน่าสนใจให้แก่ให้นักลงทุน อสังหาริมทรัพย์

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า รวมถึงลงทุนเพื่ออยู่อาศัยในระยะแรก หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียมในรูปแบบต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ตามกฎหมายจะเรียกว่า “บรรลุนิติภาวะ” (<http://www.chawbanlaw.com>, อินเทอร์เน็ต 30 สิงหาคม 2558) เพราะในส่วนของกฎหมายนั้นเชื่อว่า เมื่อบุคคลอายุ 20 ปีบริบูรณ์ได้มีการพัฒนาความสามารถทั้งด้านร่างกาย ด้านสติปัญญาในระดับที่สูง โดยได้กำหนดให้บุคคลต่างๆ มีความสามารถที่จะทำอะไรก็ได้ตามสิทธิของตนเองที่มีตามกฎหมายได้เอง โดยไม่ต้องขออนุญาต ไม่ต้องขอความยินยอมหรือขออนุมัติจากผู้ใด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า รวมถึงลงทุนเพื่ออยู่อาศัยในระยะแรก หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียมในรูปแบบต่างๆ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งตามกฎหมายจะเรียกว่า “บรรลุนิติภาวะ” ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ดังนั้นการคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากสูตรคำนวณ (กัลยา วานิชปัญษา, 2546: 74) โดยให้ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยสำรองเพื่อป้องกันแบบสอบถามไม่สมบูรณ์เพิ่มเป็นทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยเก็บตัวอย่างจากผู้

ลงทุนหรือเคยลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการสุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บ ข้อมูลเฉพาะนักลงทุนที่ลงทุนและเคยลงทุนในคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น จากสถานที่ต่างๆ ทั้ง 5 แห่ง ซึ่งทั้งห้าแห่งนี้ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลได้ว่า ถ้ามองจาก สถานการณ์เศรษฐกิจไทย ในปีพ.ศ. 2558 ในแง่ของการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ สำหรับอัตรา ผลตอบแทนเฉลี่ยในปีพ.ศ. 2558 โดยภาพรวมจะอยู่ที่ประมาณ 5-7% ขึ้นอยู่กับต้นทุนที่ซื้อและ อัตราค่าเช่าในทำเลนั้นๆ ซึ่งไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมามากนัก โดยสามารถแบ่งเป็น 3 โซน 5 ทำเลคอนโดสุดฮอตที่คึกคักมาลงทุนพ.ศ. 2558 ดังนี้ โซนแรกคือ**โซนศูนย์กลางธุรกิจ CBD (central business district)** ประกอบด้วย ทำเล สาทร-สีลม-บางรัก และ ทำเล รัชดาฯ-พระราม9 โซนที่สองคือ **โซนยอดนิยมชาวต่างชาติ (Expat)** ได้แก่ ทำเล พร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง และ**โซนสุดท้ายคือโซนส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า (BTS & MRT)** ประกอบด้วย ทำเล อ่อนนุช-แบร์ริง และ ทำเล ท่าพระ-ตากสิน (<http://www.propertytoday.in.th/>, อินเทอร์เน็ต 31 สิงหาคม 2558)

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดให้สถานที่ละ 80 ตัวอย่าง จำนวน 5 แห่ง โดยเลือกสถานที่เก็บข้อมูลคือ

ทำเล ย่านสาทร-สีลม-บางรัก	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านรัชดาฯ-พระราม9	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านพร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านอ่อนนุช-แบร์ริง	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านท่าพระ-ตากสิน	จำนวน 80 คน

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บ ข้อมูลเฉพาะนักลงทุนที่ลงทุนและเคยลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ในเขต กรุงเทพมหานคร จากสถานที่ 5 ทำเลที่เลือกไว้โดยระบุเจาะจงสถานที่เก็บข้อมูลในทำเลทั้ง 5 ซึ่ง สามารถจำแนกได้ดังนี้

ทำเล ย่านสาทร-สีลม-บางรัก ประกอบด้วย เดอะฮัตตัน สาทร 7 ศุภาลัย เอลิธ สุรวงศ์ พาร์ โก้ สาทร ดิแอตเดรส สาทร แอสตัน จูฟ้า-สาทร และลุมพินีวิลล์ พระแม่มาลี-สาทร

ทำเล ย่านรัชดาฯ-พระราม9 ประกอบไปด้วย The Remakable Circle 2 Livino Prototype Noble Revolve Grand Belle Rama9 Aspire Rama9 และแอปป์คอนโด

ทำเล ย่านพร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง ประกอบไปด้วย เดอะซิตี มูซี่ สุขุมวิท 26

คอนโดเลตตเวล สุขุมวิท 26 ดาวนัทาวน 49 เบเวอร์รี 33 โนเบิล รีไฟน์ อาร์ท แอท ทองหล่อ 25 สุขุมวิท 43 และไฮมิสเทอร์ตีไนน์

ท่าเล ย่านอ่อนนุช-แบร์ริง ประกอบไปด้วย ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช 46 รีเจนท์ ไฮม์ 14 สุขุมวิท93 เอสเปซ สุขุมวิท 72 Kingsbridge แบร์ริง Pause 107 และ Villa Lasalle

ท่าเล ย่านท่าพระ-ตากสิน ประกอบไปด้วย เดอะรุ่มสาทร-ตากสิน ริทิม เดอะสโลว คอล เลคชั่น วอร์เตอร์มาร์ค เจ้าพระยา ริเวอร์ แมกโนเลียร์ วอเตอร์ฟรอนท์ เวสทิเดนซ์ ณ ไคคอนสยาม ลุมพินีเพลสรัชดา-ท่าพระ และ NYE By Sansiri

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสม โดยมีการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ได้มีใจและสะดวกที่จะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

1.1.2 อายุ

- 1) 20 - 29 ปี
- 2) 30 - 39 ปี
- 3) 40 - 49 ปี
- 4) 50 - 59 ปี
- 5) 60 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพ

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

1.1.4 ระดับการศึกษา

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

1.1.5 อาชีพ

- 1) ข้าราชการ
- 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3) ผู้บริหาร / จัดการ
- 4) ค้าขาย
- 5) เกษตรกร
- 6) แม่บ้าน
- 7) นักเรียน / นักศึกษา
- 8) เกษียณ / ว่างาน
- 9) ผู้ประกอบกิจการ
- 10) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.1.6 ระดับรายได้

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

1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์

1.3 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย

1.3.1 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้

- 1) โครงสร้างองค์กร
- 2) กลยุทธ์ขององค์กร
- 3) บุคลากร

1.3.2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้

- 1) เศรษฐกิจ (Economic)
- 2) เทคโนโลยี (Technology)
- 3) การเมืองและกฎหมาย (Political Law)
- 4) สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture)
- 5) ภัยธรรมชาติ (Natural disaster)

1.4 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (BURIX Model)

1.4.1 ปัจจัยหลัก (Basic Necessity)

- 1) ทำเลและที่ตั้ง (Land & Location)
- 2) ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ (Product or Project)
- 3) ภาพลักษณ์ของบริษัท (Developer Image)
- 4) การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (Customer Profile)

1.4.2 ปัจจัยสนับสนุน (Second Necessity)

- 1) สภาพแวดล้อมโครงการ (Environment)
- 2) พันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership)
- 3) คุณลักษณะของโครงการ (Project Characteristic)
- 4) วิธีการดำเนินชีวิต (Personal Lifestyle)
- 5) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Integrated Marketing

Communication)

- 6) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

1.5 รูปแบบการดำเนินชีวิต

1.6 ประสิทธิภาพการลงทุน

1.6.1 ระยะเวลาการลงทุน

1.6.2 ระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์

1.6.3 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน
ในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีกระบวนการในการตัดสินใจดังนี้

2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ

2.2 การค้นหาข้อมูล

2.3 การประเมินทางเลือกของการลงทุน

2.3 การตัดสินใจลงทุน

2.4 พฤติกรรมภายหลังการซื้อขาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ลักษณะประชากรศาสตร์** หมายถึง ลักษณะทั่วไปของนักลงทุนที่ลงทุน และเคยลงทุน ในคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ สถานภาพ สมรส

2. **อิทธิพล** หมายถึง อำนาจที่สามารถบังคับให้ผู้อื่นต้องคล้อยตามหรือทำตามโดยในที่นี้ คืออิทธิพลที่มีต่อการลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. **การตัดสินใจลงทุน** หมายถึง การกระทำการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม โดยผ่านการตัดสินใจซื้อของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. **อสังหาริมทรัพย์** หมายถึง ที่ดิน ทรัพย์อันติดกับที่ดิน หรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดิน รวมทั้งสิทธิทั้งหลายอันเกิดจากกรรมสิทธิ์ที่ดินด้วย ซึ่งอสังหาริมทรัพย์ในที่นี้ หมายถึง คอนโดมิเนียม

5. **คอนโดมิเนียม** หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแบ่งถือกรรมสิทธิ์ออกเป็น ส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ใน ทรัพย์สินส่วนกลาง หรือเรียกอีกอย่างว่า อาคารชุด

6. **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ** หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ในทางกลับกันก็สามารถได้รับผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งสภาพแวดล้อมแบ่งออกได้ 2 ประเภทคือ

6.1 **สภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้** หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งธุรกิจไม่สามารถที่จะไปควบคุมการเกิดขึ้นหรือการไม่เกิดขึ้นได้ ประกอบไปด้วย

6.1.1 **เศรษฐกิจ** หมายถึง สถานการณ์ของเศรษฐกิจในช่วงนั้นๆ

6.1.2 **เทคโนโลยี** หมายถึง วิทยาการที่นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ

6.1.3 **การเมือง** หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการที่เกิดขึ้นในระบบการเมืองโดยมีเป้าหมายเพื่อให้สังคมบรรลุถึงข้อตกลงทางผลประโยชน์ร่วมกัน นั่นก็คือ เป้าหมายในการจัดสรรทรัพยากร

6.1.4 **กฎหมาย** หมายถึง กฎที่สถาบันหรือผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐตราขึ้น เพื่อใช้ในการบริหารประเทศ เพื่อใช้บังคับบุคคลให้ปฏิบัติตาม หรือเพื่อกำหนดระเบียบแห่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือระหว่างบุคคลกับรัฐ

6.1.5 สังคม หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันในบริเวณใดบริเวณหนึ่งมาช้านาน จนมีความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน และมีภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีทางในการดำรงชีวิตร่วมกันเป็นแบบอย่างเดียวกัน

6.1.6 วัฒนธรรม หมายถึง บรรดาขนบธรรมเนียม ประเพณี ภาษา และทุกสิ่งทุกอย่างที่คนในสังคมนั้น สร้างขึ้นมา เพื่อดำรงชีวิตอยู่ร่วมกัน

6.1.7 ภัยธรรมชาติ หมายถึง ภัยอันตรายต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และมีผลกระทบต่อชีวิต ความเป็นอยู่

6.2 สภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งองค์กรสามารถที่จะไปบริหารจัดการเพื่อให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ ประกอบไปด้วย

6.2.1 โครงสร้างองค์กร หมายถึง ระบบการติดต่อสื่อสาร และอำนาจบังคับบัญชา ที่เชื่อมต่อกัน และกลุ่มคนเข้าด้วยกัน เพื่อทำงานร่วมกันจนบรรลุเป้าหมายขององค์กร

6.2.2 กลยุทธ์องค์กร หมายถึง วิถีทางหรือข้อกำหนดการดำเนินงานขององค์กร ให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

6.2.3 บุคคลากร หมายถึง บุคคลที่ร่วมกันทำหน้าที่หรือ กิจการอันใดอันหนึ่ง

7. ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ หมายถึง สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการกิจการต้องนำมาพิจารณาในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียม เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยปัจจัยสำคัญดังกล่าว สามารถแบ่งได้ เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่

7.1 ปัจจัยหลัก หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ในการพัฒนาคอนโดมิเนียม ประกอบไปด้วย

7.1.1 ทำเลและที่ตั้ง หมายถึง แหล่งที่ตั้งของคอนโดมิเนียมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม

7.1.2 ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ หมายถึง คอนโดมิเนียมในโครงการนั้นๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาจาก ราคา รูปแบบออกแบบ นิติบุคคล และวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง แตกต่างกันไป และมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกลงทุนของนักลงทุน

7.1.3 ภาพลักษณ์ของบริษัท หมายถึง ภาพหรือหน้าตาของบริษัทผู้พัฒนาโครงการ คอนโดมิเนียมได้สร้างขึ้นมาจาก เพื่อให้ให้นักลงทุนมองเห็นได้ และมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกลงทุนของนักลงทุน

7.1.4 การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า หมายถึง การแยกแยะข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของลูกค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อของลูกค้า และฐานะทางการเงินของลูกค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน

7.2 ปัจจัยสนับสนุน หมายถึง ปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลเกื้อหนุนต่อการทำธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย

7.2.1 สภาพแวดล้อมโครงการ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่บริษัทผู้พัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมสร้างขึ้นและไม่ได้สร้างขึ้น ประกอบไปด้วย

1) **สภาพแวดล้อมภายในโครงการ** หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยบริษัทผู้พัฒนาโครงการ ได้แก่ การออกแบบสภาพแวดล้อมต่างๆ ในโครงการให้มีลักษณะต่างๆ ตามที่ผู้พัฒนาต้องการ

2) **สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ** หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่มีอยู่แล้วหรือเกิดขึ้นเองภายหลัง โดยไม่เกี่ยวกับผู้พัฒนาโครงการ ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้พัฒนาโครงการ เช่น แม่น้ำ การจราจร เป็นต้น

7.2.2 พันธมิตรทางธุรกิจ หมายถึง การตกลงให้ความร่วมมือกันในการทำธุรกิจระหว่างบริษัท ตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป โดยอาจจะเป็นการให้ความร่วมมือกันในการขายสินค้า การซื้อวัตถุดิบ การส่งเสริมการขาย การแลกเปลี่ยนความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเรื่องอื่นๆ ก็ได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเสริมความแข็งแกร่งแก่บริษัทให้สามารถอยู่รอดได้ ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง

7.2.3 คุณลักษณะของโครงการ หมายถึง ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของโครงการที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียม

7.2.4 วิธีการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบการที่แต่ละบุคคลใช้ดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามความชอบ ความสนใจของแต่ละบุคคล

7.2.5 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ หมายถึง กระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

7.2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโครงการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ และนำมาพิจารณา เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าและนักลงทุน

8. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมที่ไปในแนวทางเดียวกันกับค่านิยมที่บุคคลยึดถือ และพยายามพัฒนาสิ่งนั้นจนกลายเป็นอัตลักษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะตัว ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของบุคคล รูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตนี้เรียกว่า VALS (Value and Lifestyle System) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบคือ

8.1 เกณฑ์ตามแนวนอน (Horizontal Dimension) อันแสดงความคิดเห็นพื้นฐานของผู้บริโภค (Self-orientation) ทั้ง 3 ลักษณะไว้ดังนี้

8.1.1 ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ (Principle-oriented Consumers)

หมายถึง ที่ยึดถือความเชื่อ และหลักเกณฑ์เป็นแนวทางกำหนดการตัดสินใจของตนมากกว่าที่จะใช้ความรู้สึกเหตุการณ์ หรือความพอใจเป็นเกณฑ์

8.1.2 ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ (Status-oriented Buyers)

หมายถึง ผู้ที่ยึดถือการกระทำ ความเห็นชอบ และความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตนเป็นสำคัญ หรือจะกระทำเพื่อให้ผู้อื่นชอบพอ

8.1.3 ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ (Action-oriented Buyers)

หมายถึง ผู้ที่ปรารถนาอยากจะทำกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ต้องการมีประสบการณ์ใหม่ๆ ที่หลากหลายรวมทั้งต้องการเสี่ยงภัย

8.2 เกณฑ์ตามแนวตั้ง (Vertical Dimension) จะใช้ทรัพยากรของผู้บริโภค (Consumer Resources)

เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับทรัพยากรน้อยที่สุด (Abundant Resource) กับระดับทรัพยากรมากที่สุด (Minimal Resource) จากเกณฑ์ทั้งสอง สามารถแบ่งประเภทของผู้บริโภคออกเป็น 8 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

8.2.1 กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต (Actualizers)

หมายถึง กลุ่มที่มีความสำเร็จในชีวิต มีรายได้สูง ที่สุดและทรัพยากรเป็นจำนวนมากที่ทำให้เขาสามารถอยู่ในกลุ่ม Self-orientation

8.2.2 กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ (Fulfilleds)

หมายถึง พวก “มืออาชีพ” ที่มีการศึกษาดี ยึดถือหลักการ มีความรับผิดชอบและสูงด้วยวุฒิภาวะ มีความรู้กว้างขวาง

8.2.3 กลุ่มผู้อนุรักษนิยม (Believers)

หมายถึง ผู้บริโภคที่เป็นพวกอนุรักษนิยม รายได้พอประมาณ ยึดถือหลักการ กลุ่มนี้ได้รับการศึกษาน้อย มีความเชื่อฝังใจในหลักศีลธรรมจรรยา และต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

8.2.4 กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers)

หมายถึง กลุ่มที่มีรายได้มาก ยึดถือสถานภาพประสบความสำเร็จในอาชีพการงานของตน มีหัวทางอนุรักษนิยมทั้งทางความเป็นอยู่และความคิดทางการเมือง

8.2.5 กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม (Strivers)

หมายถึง บุคคลที่มีค่านิยมคล้ายกับของพวกกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers) แต่มีทรัพยากรทางจิตวิทยา สังคมและเศรษฐกิจน้อยกว่า คนกลุ่มนี้จะมีความทะเยอทะยานอยากที่จะประสบความสำเร็จเหมือนอย่างคนที่ตนเองคิดว่ามีความสำเร็จมากกว่าตนมีความสนใจในความคิดเห็น

8.2.6 กลุ่มผู้แสวงหาประสบการณ์ใหม่ (Experiencers)

หมายถึง กลุ่มที่มีทรัพยากรมากยึดถือการกระทำ มีความกระตือรือร้น ชอบกีฬา การออกกำลังกาย การเสี่ยงภัย และกิจกรรมทางสังคม ชอบแสวงหาความหลากหลาย และความตื่นเต้น

8.2.7 กลุ่มนักปฏิบัติ (Makers) หมายถึง กลุ่มที่มีทรัพยากรน้อย ยึดถือการกระทำ เป็นผู้ที่ช่วยตัวเองได้ มีหัวทางอนุรักษ์นิยมทางความเป็นอยู่ในครอบครัว และทางการเมือง พวกเขา นิยมความเพียงพอใจตัวเอง มุ่งแต่สิ่งที่ตนคุ้นเคย ครอบครัว งาน และการพักผ่อนร่างกาย

8.2.8 กลุ่มผู้ดิ้นรน (Struggles) หมายถึง บุคคลที่มีรายได้ต่ำสุดและมี ทรัพยากรน้อยที่สุดในกลุ่ม Self-orientation เนื่องจากมีทรัพยากรจำกัด และการศึกษาดำ จึงมีชีวิตอยู่ อย่างจำกัด จำเป็นต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อความอยู่รอด

9. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน หมายถึง การที่มีความรู้และมีความเข้าใจเป็น อย่างดีในขั้นตอนและวิธีการ เกี่ยวกับการลงทุนในสิ่งนั้น ซึ่งในวิจัยครั้งนี้คือการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร”





ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักลงทุนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
3. นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน
4. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร
6. รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และขอแนะนำตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
4. ความหมายและแนวคิดประสบการณ์
5. ประสบการณ์การลงทุนคอนโดมิเนียม
6. แนวคิดทฤษฎีหลักการลงทุน
7. การตัดสินใจเพื่อการลงทุน
8. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์
9. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
10. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)
11. การตัดสินใจ
12. วิวัฒนาการคอนโดมิเนียม: แนวคิด ทฤษฎี กฎหมาย การบริหารนิติบุคคลอาคารชุด
13. ห้าทำเลคอนโดที่คูลี่มูลค่าลงทุนปี พ.ศ. 2558
14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึงวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือวิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์; และณรงค์ เทียนส่ง 2521: 2)

ความหมายของคำว่า ประชากรศาสตร์ (Demography) ที่เข้าใจง่าย และดูเหมือนว่าเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปได้แก่ความหมายตามที่ Hauser and Duncan (1959) ได้ให้ไว้ว่า ประชากรศาสตร์เป็นการศึกษาถึงขนาด (Size) การกระจาย (Distribution) และองค์ประกอบของประชากร (Composition) ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงและองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนั้น

องค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากร ได้แก่ การเกิด การตาย การย้ายถิ่น และการเปลี่ยนแปลงฐานะทางสังคม (นิพนธ์ เทพวัลย์. 2523: 1)

นิพนธ์ เทพวัลย์ (2523: 1-3) กล่าวถึงความหมายของ ประชากรศาสตร์มีขอบเขตการศึกษา ใน 4 ประเด็นคือ

1. การศึกษาเกี่ยวกับขนาดของประชากร คำว่า ขนาด หมายถึงจำนวนหน่วยในการนับประชากร เช่น จำนวน – คน ซึ่งในประเด็นนี้จะเป็นการศึกษาให้ทราบว่า ณ พื้นที่หนึ่งพื้นที่ใดมีขนาดประชากรเท่าใด ใหญ่หรือเล็กกว่าในอดีต และจะมีขนาดเท่าใดในอนาคต

2. การศึกษาเกี่ยวกับการกระจายของประชากร คำว่า การกระจาย หมายถึงการจัดกลุ่มของประชากรในพื้นที่หนึ่งๆ จะเป็นในลักษณะทางภูมิศาสตร์หรือเขตที่อยู่อาศัยก็ได้ในเวลาที่กำหนด ฉะนั้น ในประเด็นนี้จึงศึกษาว่าประชากรกระจายออกไปตามลักษณะภูมิศาสตร์หรือเขตที่อยู่อาศัยอย่างไร เช่น ภูมิภาค จังหวัด ชนบท ในเมือง อะไรเป็นสาเหตุของการกระจายดังกล่าว และมีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างที่เกิดขึ้นจากการกระจายของประชากรดังกล่าว

3. การศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบประชากร ในประเด็นนี้เป็นการศึกษาถึงคุณลักษณะต่างๆ ของประชากรที่รวมกลุ่มกัน ณ พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เช่น เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพการสมรส รายได้ อาชีพ เป็นต้น

4. การศึกษาองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากร คำว่า การเปลี่ยนแปลงทางประชากร หมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนประชากรทั้งหมด หรือของประชากรในโครงสร้าง (Structure) บางส่วน การเปลี่ยนแปลงทางประชากรทั้งหมดได้แก่ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น ส่วนโครงสร้างนั้นเป็นการกระจายของประชากรตามเพศและอายุ ฉะนั้นในประเด็นนี้จึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น ซึ่งจะมีผลให้ประชากร ณ พื้นที่หนึ่งพื้นที่ใดมีการเปลี่ยนแปลงไป

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 211) ได้กล่าวไว้ว่าโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วยคุณลักษณะหลายประการซึ่งองค์ประกอบด้านประชากรที่สำคัญ ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สถานภาพการศึกษา รายได้ ภาษา และศาสนา เป็นต้น

1. องค์ประกอบด้านเพศ พบว่าเพศชายและหญิง มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านการศึกษา การเข้าสู่แรงงาน อาชีพ รายได้ และคุณลักษณะอื่นๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านอายุของประชากร เป็นพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางประชากรเกือบทุกด้าน เพราะอายุเป็นตัวเลขพื้นฐานที่สุดของคุณลักษณะส่วนบุคคล สัดส่วนของประชากรในแต่ละกลุ่มอายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่ออัตราการเกิด การตาย สมรส และย้ายถิ่นที่อยู่

3. องค์ประกอบด้านสถานภาพ ศึกษาถึงสถานภาพการสมรส ตลอดจนสิ้นสุดการสมรส โดยการหย่าร้างหรือหม้ายการทราบถึงสัดส่วนของประชากรที่เป็นโสดหรือสมรส สามารถใช้เป็น เครื่องวัดความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมได้ในระหว่างประเทศ

4. องค์ประกอบด้านการศึกษา ระดับการศึกษาเป็นดัชนีแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจและ สังคมของประเทศ

5. องค์ประกอบด้านอาชีพ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลประกอบเพื่อเลี้ยงชีพตน และ ครอบครัวสถานะด้านอาชีพของประชากรเป็นเรื่องที่ต้องศึกษาอย่างละเอียด ทั้งนี้เพราะตัวเลขด้าน อาชีพ จะแสดงถึงการมีงานทำ การว่างงาน รวมถึงสถานะด้านอาชีพเป็นองค์ประกอบอย่างสำคัญต่อ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

6. องค์ประกอบด้านรายได้เป็นการแสดงถึงคุณลักษณะในเชิงเศรษฐกิจของประชากรจาก การศึกษา ทำให้ทราบว่าประชากรจำนวนเท่าใดในประเทศที่ทำงานและไม่ทำงาน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550: 57-59) อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยอายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็น เกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของ ประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรทางด้าน ประชากรที่สำคัญ ดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วน ตลาด ได้ค้นคว้าความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุ ส่วนนั้น

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดเช่นกัน นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้ อย่างรอบครอบ เพราะในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การ เปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital status) ในอดีตถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่ สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดโดยมาตลอด และมีความสำคัญอย่างยิ่งขึ้นในส่วนที่ เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใด สินค้าหนึ่ง และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่ เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ (Income) เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งการตลาด โดยทั่วไปนักการ ตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาด

ใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้ความสามารถในการจ่ายสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า

5. การศึกษา (Education) การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งซึ่งแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกด้วย

6. อาชีพ (Occupation) จะบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร ตลอดจนรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ซึ่งจะทำให้กำหนดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) DeFleur M.L. (1996) ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลดังนี้

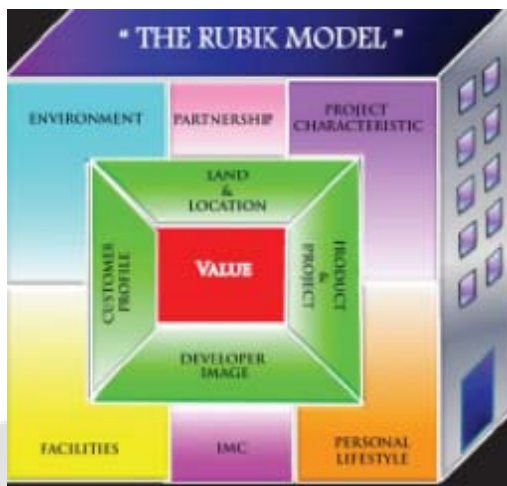
1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างกันที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกขบเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมสามารถนำไปใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมายของธุรกิจได้

2. ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ

ผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมย่อมรู้ว่าปัจจัยอะไรบ้างที่จะทำให้ธุรกิจคอนโดมิเนียมสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ ก็จะสามารถนำปัจจัยเหล่านั้นไปออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ได้มากที่สุด โมเดลปัจจัยความสำเร็จนี้เกิดขึ้นจากการศึกษา ค้นคว้า รวมถึงมีการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ โดยคณะผู้จัดทำมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและออกแบบองค์ประกอบของการทำธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จ ภายในโมเดลนี้จะประกอบไปด้วย การรวบรวมความรู้ในห้องเรียนและศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง โดยอาศัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่างๆ ทั้งจากบทความ

งานวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นโมเดลในการทำธุรกิจคอนโดมิเนียมที่สมบูรณ์ได้ (บุริม โอทกานนท์ 2556) ดังนี้



ภาพประกอบ 2 The Rubik Model

ที่มา: บุริม โอทกานนท์. (2556). ตีแตก ธุรกิจคอนโดฯ.

โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการนี้เป็นโมเดลที่ได้ทำการศึกษาในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นผลงานจากการวิจัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีอาจารย์ บุริม โอทกานนท์ ประธานสาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุนข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำงานวิจัย เรื่อง “ตีแตก ธุรกิจคอนโดฯ” เหตุผลที่ผู้วิจัยนำมาสืบศึกษานั้น ผู้วิจัยมองว่า โมเดลนี้ได้มี การศึกษาจากข้อมูลที่หลากหลายช่องทาง แต่ละช่องทางนั้นก็มีการหาข้อมูลมาเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้ออกมาเป็นโมเดลที่สามารถใช้ได้ดีที่สุด ด้วยข้อมูลที่ศึกษานั้นแบ่งเป็นสามเล่ม ได้แก่ เล่มที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมาจาก เอกสาร บทความ รายงานต่างๆ พร้อมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทั้งหมดได้มีการรวบรวมข้อมูลมาจำนวนมากประมาณ 50 บทความ ตัวอย่างงานวิจัยเช่น อภิชาติ สุขสินธ์ (2551) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดในเขต กรุงเทพมหานคร คณะสถิติประยุกต์สถาบันบัณฑิตบริหารศาสตร์ ตัวอย่าง บทความ เช่น การเลือกซื้อคอนโดใหม่อย่างชาญฉลาด (เมษายน 2556) สามเหลี่ยมแห่งความสำเร็จ ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (พฤษภาคม 2552) การเลือกซื้อคอนโด (ตุลาคม 2552) 10 กลยุทธ์สู่

การอยู่รอดในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (มีนาคม 2552) กระแสนิยมคอนโดกรุงเทพ (กุมภาพันธ์ 2555) **เล่าที่ 2** เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมาจากอินเทอร์เน็ต คือ YouTube ทั้งหมดได้มีการรวบรวมมาจำนวน 15 คลิปวิดีโอ มีภาพรวมตลาดคอนโดย่านสุขุมวิท (รายการเปิดโลกอสังหา สัมภาษณ์คุณพนม กาญจนเทียมเท่า กรรมการผู้จัดการบริษัทไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด) รายการ Property Update (กันยายน 2554) Money Daily การลงทุนในคอนโดฯ ช่อง Modern9 (กรกฎาคม 2554) รายการ Property Update (กันยายน 2554) **เล่าที่ 3** เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเล่มนี้มาจากการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการสนทนาค้นหาในเชิงเกี่ยวกับหัวข้อเรื่อง ธุรกิจคอนโดมิเนียม กับบุคคลผู้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อนี้ ผ่านการแสดงความ คิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในเรื่องของข้อเสนอนะและข้อควรระวัง สำหรับการปฏิบัติจริงที่จะเกิดขึ้น โดย ข้อมูลทั้งหมดได้มีการกลั่นกรองมาจากประสบการณ์ตรงของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งทางคณะผู้จัดทำสามารถ นำเอาข้อมูลไปปรับปรุงหรือแก้ไขให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ตามคำแนะนำที่ได้มาของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 2 ท่าน คือ 1. คุณสิริศรา งามจารุกิจ (คุณป้อม) รองผู้จัดการฝ่ายการตลาดโครงการแนวสูง (สื่อสาร การตลาด) บริษัท แสตนลิว จำกัด (มหาชน) และ 2. คุณเพ็ญ หงส์ปาน กรรมการผู้จัดการบริหาร บริษัท ควอด จำกัด หลังจากนั้นได้เข้าสู่กระบวนการการสร้างทฤษฎีฐานราก ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นสิ่งที่ น่าสนใจมาก เพราะในปัจจุบันโครงการคอนโดมิเนียมนั้นผุดขึ้นเป็นจำนวนมาก อาจจะเกินความ ต้องการ ดังนั้นนักลงทุนควรที่จะศึกษาโมเดลนี้เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการลงทุน คอนโดมิเนียมในโครงการต่างๆ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจลงทุนได้ดียิ่งขึ้น “THE RUBIK MODEL” แสดงให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องนำมาพิจารณาในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียม เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยปัจจัยสำคัญดังกล่าว สามารถแบ่งได้ เป็น 2 ส่วน ใหญ่ๆ (กาญจน์ วงศ์วัชรกาญจน์ และคณะ. 2556) ได้แก่

ปัจจัยหลัก ที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกในการประกอบธุรกิจ คอนโดมิเนียม เพราะปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าในระดับสูง อาทิเช่น ทำเลและที่ตั้ง (Land & Location) ของคอนโดมิเนียมที่อยู่ติดแนวรถไฟฟ้า (BTS) หรือ รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ซึ่งส่วนใหญ่จะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ขายหมดได้เร็วตั้งแต่วันที่เปิดโครงการ เพราะกลุ่ม ลูกค้าต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น

ในส่วนถัดมา คือ ปัจจัยสนับสนุน ที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาควบคู่ไปกับปัจจัยหลัก เพื่อ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของบริษัทแทนที่จะตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคู่แข่งโครงการ อื่นๆ อาทิเช่น สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ต่างๆ ทั้งระบบรักษาความปลอดภัย ระบบลิฟท์ โดยสาร ระบบกำจัดขยะ รวมถึงบริการส่วนกลางต่างๆ เช่น สระว่ายน้ำ และฟิตเนสสำหรับกลุ่มลูกค้า

ที่ชื่นชอบการออกกำลังกาย หรือ สวนหย่อมที่ไว้ใช้สำหรับการพักผ่อน และพบปะสังสรรค์กันระหว่างผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมนั้นๆ เป็นต้น โดยรายละเอียดในแต่ละปัจจัย สามารถอธิบายเป็นส่วนๆ ได้ ดังนี้คือ

ปัจจัยหลัก (Basic Necessity)

ปัจจัยหลักทั้ง 4 ประการนี้ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ในการทำธุรกิจคอนโดมิเนียม โดยเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในการพัฒนาคอนโดมิเนียมโครงการต่างๆ ซึ่งปัจจัยหลักทั้ง 4 ประการ มีองค์ประกอบดังนี้ คือ

1. ทำเลและที่ตั้ง (Land & Location)

การพิจารณาทำเลและที่ตั้งถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจคอนโดมิเนียม จากการศึกษาวิจัยพบว่า โครงการคอนโดมิเนียมที่ประสบความสำเร็จนั้น ส่วนใหญ่เจ้าของธุรกิจจะลงมาตัดสินใจเรื่องการซื้อขายที่ดินเอง แต่ถ้าเป็นบริษัทขนาดใหญ่ จะมีทีมจัดซื้อที่ดินดูแลบริหารงานด้านนี้เพื่อให้ได้ทำเลและที่ตั้งของคอนโดมิเนียมที่มีศักยภาพมากที่สุด ซึ่งปัจจัยด้านทำเลและที่ตั้งมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ คือ

1.1 ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง (Living in the City) โดยโครงการคอนโดมิเนียมที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของตลาด และกลุ่มลูกค้าที่สนใจมักอยู่ในบริเวณชุมชน การคมนาคมสะดวกเข้า-ออกถนนสำคัญๆ หลายทาง ใกล้แหล่งความเจริญทั้งโรงพยาบาลศูนย์การค้า ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และสถาบันการศึกษา เป็นต้น

1.2 บริเวณรถไฟฟ้าบีทีเอส หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน (BTS or MRT Area) ซึ่งคอนโดมิเนียมที่มีทำเลและที่ตั้งอยู่ใกล้บริเวณแนวรถไฟฟ้า (BTS) หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าค่อนข้างมาก เพราะช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทาง ไม่ต้องเผชิญกับการจราจรติดขัด โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เร่งรีบในแต่ละวัน โดยคอนโดมิเนียมที่อยู่ในแนวรถไฟฟ้านี้สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตแบบคนเมืองได้อย่างเหมาะสม

1.3 การประเมินราคาที่ดินตามกลุ่มพื้นที่ และกลุ่มลูกค้า (Segmentation Area) ผู้ประกอบการควรมีความสามารถในการประเมินราคาของที่ดินในบริเวณโครงการหรือในบริเวณใกล้เคียง และการประเมินราคาต้องมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี เนื่องจากอัตราค่าที่ดินมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตามการขยายตัวของโครงการด้านคมนาคม เช่น โครงการแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วงบางใหญ่ – บางซื่อ โครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสายสีน้ำเงินจากหัวลำโพง – บางแค ฯลฯ โดยการประเมินราคาที่ดินนั้น จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินราคาคอนโดมิเนียมที่จะขาย

ให้สอดคล้องเหมาะสมกับราคาของที่ดินที่ลงทุนไป และเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่บริษัท ต้องการ

1.4 การคมนาคมสะดวกสบาย (Convenient Transportation) การทำธุรกิจ คอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จนั้น ตัวโครงการคอนโดมิเนียมต่างๆ ควรมีการคมนาคมที่ สะดวกสบาย สามารถเดินทางได้หลากหลายช่องทาง อาทิเช่น การเดินทางโดยรถยนต์เพราะคนส่วน ใหญ่ยังคงนิยมเดินทางด้วยรถยนต์เป็นหลัก ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการโครงการคอนโดมิเนียมต้อง พิจารณาว่า ถนนหน้าโครงการมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอหรือไม่ มีระบบขนส่งมวลชน รถเมล์ รถตู้ โดยสาร รถแท็กซี่ เพียงพอหรือไม่

1.5 โอกาสการพัฒนาพื้นที่นั้นๆ ในอนาคต (Potential Location in the Future) ใน ปัจจุบัน สำหรับพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร มีการพัฒนาอยู่อย่างไม่หยุดยั้ง ดังนั้น การจะพิจารณาเลือก ทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมควรพิจารณาถึง โครงการก่อสร้างส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า การ ก่อสร้างห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ และการก่อสร้างถนนเส้นทางตัดใหม่ ฯลฯ เพราะสิ่งเหล่านี้ คือ ตัวแปร สำคัญที่จะทำให้ราคาของพื้นที่นั้นๆ มีการปรับตัวสูงขึ้นได้

2. ผลิตภัณฑ์ หรือโครงการ (Product or Project)

การดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบกิจการควรพิจารณา ถึงการออกแบบโครงการคอนโดมิเนียมต่างๆ ให้มีความทันสมัย ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้า นอกจากนั้นการพิจารณาเรื่องราคาให้มีความเหมาะสมนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือโครงการ (Product or Project) มีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ คือ

2.1 ราคา (Price) โครงการคอนโดมิเนียมที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาเรื่องการตั้งราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และทำเลที่ตั้ง โดยมีขนาด ห้องให้เลือกหลากหลาย เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า ทั้งกลุ่ม ลูกค้าที่เป็นคนทำงาน นักเรียน นักศึกษา ครอบครัวขนาดเล็ก ฯลฯ

2.2 การออกแบบ (Design) ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบโครงการ คอนโดมิเนียม ให้มีความสวยงามทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีรูปแบบเฉพาะที่โดดเด่น สร้างความแตกต่าง จากคู่แข่งแบรนด์อื่นๆ ในตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่คอนโดมิเนียมต่างๆ และ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ซึ่งการออกแบบนั้น รวมถึงการบำรุง ดูแล รักษาโครงการให้มีสภาพที่ใหม่ น่าอยู่ และดูดีอยู่เสมอ

2.3 นิติบุคคลอาคารชุด (Juristic Person) นับว่าเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจคอนโดมิเนียม เลยก็ว่าได้เพราะเป็นส่วนงานที่จะช่วยจัดการดูแลความเรียบร้อยของคอนโดมิเนียมต่างๆ ดูแลทรัพย์สิน

ส่วนกลางให้อยู่ในสภาพปกติเรียบร้อยพร้อมใช้งานตลอดเวลา ดูแลความสะอาดส่วนรวม ดูแลจัดการเรื่องการเงินส่วนกลาง รวมถึงมีการออกกฎข้อบังคับที่เหมาะสม เพื่อบริหารงานให้คนโดมิเนียมนั้นเป็นไปด้วยความเรียบร้อยโดยในแต่ละคนโดมิเนียมจะมีผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดเป็นผู้ดำเนินการแทนนิติบุคคลอาคารชุดนั้นๆ ซึ่งผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดจะเป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลก็ได้

2.4 วัสดุอุปกรณ์การก่อสร้าง (Materials) ผู้ประกอบกิจการธุรกิจคนโดมิเนียมต้องให้ความสำคัญและคำนึงถึงการก่อสร้าง และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้างว่ามีความแข็งแรงคงทนเพียงใดสามารถรับกับแรงสั่นสะเทือนแผ่นดินไหวได้ระดับไหน โดยต้องดูในเรื่องของวัสดุกันผนังห้องมีความหนาอย่างน้อย มีเสียงเล็ดรอดจากห้องด้านข้างหรือด้านบนหรือไม่ เพื่อป้องกันเสียงรบกวนและสร้างบรรยากาศแห่งการพักผ่อนให้แก่กลุ่มลูกค้า

3. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Developer Image)

ในปัจจุบัน “ภาพลักษณ์ของบริษัท (Developer Image)” หรือ “ความเชื่อมั่นในตราสินค้า” นับเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อคนโดมิเนียม เพราะด้วยสินค้าประเภทอสังหาริมทรัพย์เป็นสินค้าที่มีราคาสูง กลุ่มลูกค้าจะต้องศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ ดังนั้น การสร้างความเชื่อมั่นให้กับแบรนด์จึงถือเป็นประเด็นหลักที่หลายองค์กรให้ความสำคัญ ซึ่งภาพลักษณ์ของธุรกิจคนโดมิเนียมที่พึงประสงค์ (Wish Image or Desired Image) ประกอบด้วย

3.1 ความเชื่อมั่นในแบรนด์บริษัท เช่น เป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ต่อความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มลูกค้าเป็นแบรนด์ที่อยู่ในใจ (Top of Mind Brand) นอกจากนั้นแล้วยังอาจพิจารณาจากฐานะทางการเงินของบริษัทว่ามีความมั่นคงหรือไม่ และเจ้าของธุรกิจ หรือผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจให้บริษัทเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนหรือไม่ เพียงใด

3.2 ประสบการณ์ ความชำนาญ และชื่อเสียงของบริษัท เช่น โครงการคนโดมิเนียมที่ประสบความสำเร็จในอดีตของบริษัท เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจคนโดมิเนียมมายาวนาน และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าอย่างรวดเร็ว

3.3 ศักยภาพบุคลากรของบริษัท เช่น บุคลากรมีการบริการและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ามีความเชี่ยวชาญ คล่องแคล่ว สุภาพ มีบุคลิกภาพและอัธยาศัยไมตรีอันดี มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ

3.4 ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) เช่น มีความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง ตรงไปตรงมา โปร่งใส หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคมในด้านต่างๆ

4. การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (Customer Profile)

การวิเคราะห์ ข้อมูลของกลุ่มลูกค้า เพื่อให้บริษัทสามารถรู้จักกลุ่มลูกค้า และเข้าใจถึงกลุ่มลูกค้าอย่างลึกซึ้ง สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ Customer Insights เพื่อเข้าสู่กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า หรือการทำ CRM เพื่อก่อให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty Customer) ในอนาคต ได้องค์ประกอบของการวิเคราะห์ Customer Profile ในการทำธุรกิจคอนโดมิเนียม ประกอบด้วย

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของลูกค้า ข้อมูลที่ได้จะช่วยให้บริษัทสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้า เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ ตำแหน่ง สถานะทางสังคม ความสนใจ ฯลฯ เพื่อนำผลจากการวิเคราะห์มาจัดแบ่งกลุ่มลูกค้า เพื่อใช้ในการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้

4.2 วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการซื้อคอนโดมิเนียม เช่น การซื้อเพื่ออยู่อาศัยหรือ การซื้อเพื่อเก็งกำไร ข้อมูลที่ได้จะช่วยให้บริษัทสามารถวางแผนทางด้านการตลาดและการขายอย่างเหมาะสม และใช้กลยุทธ์ในการตลาด และการขายเหล่านั้น ได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้า นอกจากนั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลอาจนำมาช่วยในการกำหนดนโยบาย การดำเนินกิจการ การสรรหานิติบุคคล หรือตัวแทนในการช่วยบริหารการปล่อยเช่าในกรณีที่ลูกค้าซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการเก็งกำไร

4.3 สถานะทางการเงิน และแหล่งที่มาของรายได้ ข้อมูลที่ได้จะช่วยให้บริษัทในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ

4.3.1 เป็นกระบวนการกลั่นกรองเบื้องต้นในการแบ่งกลุ่มลูกค้า เพื่อให้บริษัทสามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้พัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกระดับ

4.3.2 ช่วยพยากรณ์หรือคาดคะเน สถานะการเงินของลูกค้าในอนาคต ว่ามีความมั่นคง หรือไม่ เพียงใด

4.3.3 ช่วยประเมินขีดความสามารถในการบริหารการเงินของลูกค้าว่ามีสภาพคล่องเป็นอย่างไร มีเงินสำรอง หรือมีเงินลงทุนมากน้อยแค่ไหน รวมถึงภาระหนี้สินที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบในการผ่อนชำระ เพื่อนำมาพิจารณาว่าลูกค้าจะสามารถชำระค่าคอนโดมิเนียมได้ตลอดอายุสัญญาหรือไม่

ปัจจัยสนับสนุน (Second Necessity)

ในการทำธุรกิจคอนโดมิเนียม นอกจากปัจจัยหลักทั้ง 4 ประการที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ แล้วนั้น ผู้ประกอบการยังควรพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุนซึ่งมีอิทธิพลเกื้อหนุนต่อการทำ

ธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยปัจจัยสนับสนุน มีองค์ประกอบดังนี้รูปแบบการดำเนินชีวิต

1. สภาพแวดล้อม (Environment)

ในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ควรคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทั้ง 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย

1.1 สภาพแวดล้อมภายในโครงการ บรรยากาศสภาพแวดล้อมภายในโครงการ อาทิเช่น การออกแบบโครงการคอนโดมิเนียมให้รายล้อมไปด้วยต้นไม้พันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยสร้างความร่มรื่นและเป็นสถานที่พักผ่อนแก่ลูกค้าผู้อยู่อาศัย หรือความหนาแน่นของประชากรที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมซึ่งอาจจะพิจารณาเบื้องต้นได้จากจำนวนยูนิตในโครงการว่ามีจำนวนมากเกินไป แออัดเกินไปหรือไม่ เพราะอาจจะส่งผลกระทบต่อความเป็นส่วนตัวของลูกค้าผู้อยู่อาศัยได้ โดยการปรับปรุงหรือพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในโครงการนั้น จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้โครงการคอนโดมิเนียมนั้นๆ ยังคงมีบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นสังคมที่น่าอยู่ตลอดไป

1.2 สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ บรรยากาศสภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ อาทิเช่น คอนโดมิเนียมอยู่ติดริมแม่น้ำ สวนสาธารณะ อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ หรือสถาบันการศึกษาชั้นนำ ฯลฯ ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของลูกค้าผู้อยู่อาศัย และภาพลักษณ์ของโครงการคอนโดมิเนียมในระยะยาวในทางตรงกันข้าม หากบรรยากาศสภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ เป็นพื้นที่ของชุมชนเสื่อมโทรม สลัม สุสาน วัดหรือชุมชนแออัด ฯลฯ แล้วนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อลูกค้าผู้อยู่อาศัยเพราะอาจจะได้รับผลกระทบ หรือมลภาวะต่างๆ จากสภาพแวดล้อมเหล่านี้ได้

2. พันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership)

ในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียม ผู้ประกอบกิจการควรคำนึงถึงการสร้างพันธมิตรที่เข้มแข็งและอาศัยจุดแข็งของกันและกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาด ซึ่งพันธมิตรของธุรกิจคอนโดมิเนียม ประกอบด้วย

2.1 ธนาคาร ซึ่งเป็นที่ปรึกษา และแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น Land & House มีบริษัทในเครืออย่างธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจซึ่งกันและกัน

2.2 นักลงทุนสัมพันธ์ โดยอาจจะจะเป็นนักลงทุนจากภายในประเทศ หรือนักลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อสร้างการระดมทุน ให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และมีทุนจดทะเบียนสูง เพื่อช่วยให้โครงการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2.3 บริษัทพันธมิตร เพื่ออาศัยจุดแข็งของแต่ละบริษัทในการเกื้อกูลกันทางธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น Land & House มีบริษัทในเครือ คือ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ต่อเติม ซ่อมแซมที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร ในแบรนด์“HOMEPRO” ที่ให้การสนับสนุนธุรกิจซึ่งกันและกัน นอกจากพันธมิตรในรูปแบบของบริษัทในเครือแล้ว ยังมีพันธมิตรในรูปแบบอื่นๆ เช่น บริษัทรับเหมาก่อสร้างที่มีมาตรฐาน ที่ปรึกษาทางการตลาดและบริษัทออกแบบในซีในการจัดงานพีธีเซลส์ เปิดตัวโครงการคอนโดมิเนียม ฯลฯ

3. คุณลักษณะของโครงการ (Project Characteristic)

ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของโครงการ ที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียม ประกอบด้วย

3.1 การออกแบบห้อง (Room Design) การออกแบบรูปแบบของห้องในโครงการคอนโดมิเนียมต้องมีความทันสมัยอยู่เสมอ มีเอกลักษณ์โดดเด่น และต้อง สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

3.2 วัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง (Materials) ต้องมีความแข็งแรงคงทน เป็นวัสดุที่ผลิตจากบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น ระบบลิฟท์ ระบบระบายอากาศ ระบบ Smoke detector and sprinklers กระเบื้อง ฝ้าเพดาน และเครื่องสุขภัณฑ์ ฯลฯ

3.3 คุณประโยชน์ด้านการใช้งาน (Functional) ลักษณะของคอนโดมิเนียมต้องเหมาะสมและเอื้อประโยชน์กับการใช้งาน เช่น ขนาดห้องมีความเหมาะสมกับการอยู่อาศัย การจัดวางส่วนของห้องน้ำ ส่วนห้องครัว ส่วนห้องรับแขก และส่วนซักล้าง มีการจัดวางได้ถูกหลักการใช้งานและการอยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าในทุกๆ ห้องของทั้งโครงการ

3.4 การออกแบบรูปแบบอาคาร (Building Design) ลักษณะอาคารของโครงการคอนโดมิเนียมนั้น ควรมีการออกแบบให้มีความสวยงาม มีการวางผังอาคารเพื่อป้องกันแสงแดด และมีเอกลักษณ์โดดเด่นในสไตล์ของตัวเอง เพื่อสร้างการจดจำ และเป็นທີ່สะดุดตาของคนทั่วไป ซึ่งอาจจะกลายเป็นลูกค้าของโครงการในอนาคตได้ นอกจากนั้นควรมีการบำรุง ดูแลรักษา และปรับปรุงโครงการคอนโดมิเนียมให้น่าอยู่อาศัย มีความใหม่อยู่เสมอ เป็นต้น

4. วิธีการดำเนินชีวิต (Personal Lifestyle)

4.1 สร้างความเข้าใจ (Understand) โดยผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมต้องเข้าใจ และมองเห็นแนวโน้มของส่วนแบ่งทางการตลาดคอนโดมิเนียมในอนาคต เข้าใจความต้องการของลูกค้า รวมถึง ทักษะคติ ความเชื่อ และวิธีการดำเนินชีวิต (LifeStyle) ของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน รวมทั้งการเข้าใจตลาดเฉพาะ (Niche Market) เช่น คอนโดมิเนียมย่านสุขุมวิทที่ต้องการเน้นตลาดลูกค้าชาวต่างชาติอย่างลูกค้าญี่ปุ่น

4.2 การจับกลุ่มลูกค้า (Matching) การดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้าว่ามีความต้องการอย่างไร บริษัทจะพัฒนาโครงการอย่างไรให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า และนำเสนอรูปแบบของคอนโดมิเนียมอย่างไรให้ตรงกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้าได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด

4.3 สร้างอารมณ์ร่วม (Emotional) ผู้ประกอบกิจการโครงการคอนโดมิเนียมต้องสามารถสร้างอารมณ์ร่วมของบริษัทกับกลุ่มลูกค้าให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต โดยนำเสนอความรู้สึกพิเศษที่เหนือระดับความคาดหวังแก่กลุ่มลูกค้า เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดการรับรู้ โดยเลือกเสนอจุดเด่นของโครงการเป็นจุดขายในการเจาะตลาด และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับกลุ่มลูกค้า

5. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Integrated Marketing Communication)

กระบวนการการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบ หรือเครื่องมือของการสื่อสารการตลาดต้องเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าโดยเครื่องมือที่นิยมนำมาใช้ในวงการธุรกิจคอนโดมิเนียม มีดังต่อไปนี้ คือ

- 5.1 การโฆษณา (Advertising)
- 5.2 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation)
- 5.3 การตลาดทางตรง (Direct marketing)
- 5.4 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling)
- 5.5 การส่งเสริมการขาย (Sale promotion)
- 5.6 การตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ (Online Marketing)
- 5.7 การตลาดโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media)

6. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโครงการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ และนำมาพิจารณา เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้า โดยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในโครงการคอนโดมิเนียมมีหลากหลายอาทิเช่น

6.1 ระบบรักษาความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ ร.ป.ภ.อย่างเพียงพอ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งระบบรักษาความปลอดภัยต้องเข้มงวดโดยเฉพาะกับคนภายนอก

6.2 ระบบการทิ้ง และกำจัดขยะ โดยมีการดูแลอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันกลิ่นเหม็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัย

6.3 ที่จอดรถ โดยต้องมีจำนวนที่จอดรถที่เหมาะสมกับจำนวนยูนิตของโครงการ และมีระบบการบริหารจัดการที่จอดรถที่เหมาะสม

6.4 ระบบลิฟท์โดยสาร โดยต้องมีความปลอดภัย และมีการบำรุงดูแลรักษาอยู่อย่างสม่ำเสมอ

6.5 ระบบ Key Card ที่ช่วยอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยแก่ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

6.6 ร้านค้าที่ให้บริการภายในคอนโดมิเนียม เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านให้บริการทางไปรษณีย์ และร้านเสริมสวย ฯลฯ

6.7 บริการส่วนกลางอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สนามหญ้าส่วนกลาง ห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ความเร็วสูง ฯลฯ

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ วิธีที่คนมีชีวิตอยู่ (How One Lives) ซึ่งหมายถึงรูปแบบซึ่งคนเราใช้ชีวิต ใช้เวลา และใช้จ่ายเงิน (Engle et al. 1995)

รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเรามีความหลากหลายวิธีทาง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีต ลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละคน และสถานการณ์แวดล้อมที่แตกต่างกัน หรืออาจกล่าวได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากกลไกการผสมผสานของลักษณะเฉพาะตัวและประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค แต่ละรายมาปฏิสัมพันธ์กับสภาวะแวดล้อมทางสังคม ซึ่งส่งผลสู่วิถีการปฏิบัติ หรือพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตในที่สุด (Allen, Karen; & Susan. 1992)

การจัดกลุ่มรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละส่วนแบ่งการตลาดซึ่งแต่ละระดับได้รับความสนใจอย่างมาก ระบบที่ใช้วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่มีชื่อเสียงและนักการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา นิยมใช้เพื่อแบ่งส่วนตลาด และการวางแผนกลยุทธ์การตลาดมากที่สุดในปัจจุบันคือ ระบบค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (The Values & Lifestyles หรือ VALS) ซึ่งพัฒนาโดยสถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด (Stanford Research Institute) การพัฒนา VALS ตั้งอยู่บนพื้นฐานของขั้นความต้องการของ Maslow และแนวคิดของ Riesman ต่อลักษณะทางสังคมสิ่งที่ SRI ค้นพบนั้นเริ่มจากระบบดั้งเดิม คือ VALS หรือ VALS1 และต่อมาในปี ค.ศ. 1989 สถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด ได้พัฒนา VALS 2 ขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้ทางการตลาดมากขึ้น เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยการวัดรูปแบบพฤติกรรมหรือการซื้อของผู้บริโภค (Hawkins, Best, & Coney 2001) ซึ่งสถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด ได้แบ่งเกณฑ์ในการพิจารณาออกเป็น 2 เกณฑ์ คือ

1. เกณฑ์ตามแนวนอน (Horizontal Dimension) อันแสดงความคิดพื้นฐานของผู้บริโภค (Self-orientation) ทั้ง 3 ลักษณะไว้ดังนี้

1.1 ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ (Principle-oriented Consumers) ได้แก่ ผู้ที่ยึดถือความเชื่อ และหลักเกณฑ์เป็นแนวทางกำหนดการตัดสินใจของตนมากกว่าที่จะใช้ความรู้สึกเหตุการณ์ หรือความพอใจเป็นเกณฑ์ ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะทำการซื้อสินค้าโดยอิงกับทัศนคติของเขาที่มีต่อโลกที่ล้อมรอบตัวเขา

1.2 ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ (Status-oriented Buyers) ได้แก่ ผู้ที่ยึดถือการกระทำ ความเห็นชอบ และความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตนเป็นสำคัญ หรือจะกระทำเพื่อให้ผู้อื่นชอบพอ ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าโดยอิงกับปฏิกิริยาและความคิดเห็นของผู้อื่น

1.3 ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ (Action-oriented Buyers) ได้แก่ ผู้ที่ปรารถนาอยากจะทำกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ต้องการมีประสบการณ์ใหม่ๆ ที่หลากหลายรวมทั้งต้องการเสี่ยงภัย ดังนั้นผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ถูกผลักดันให้ทำการซื้อสินค้าเพราะปรารถนาในหลากหลายและต้องการจัดการกับความเสี่ยงภัย

2. เกณฑ์ตามแนวตั้ง (Vertical Dimension) จะใช้ทรัพยากรของผู้บริโภค (Consumer Resources) เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับทรัพยากรน้อยที่สุด (Abundant Resource) กับระดับทรัพยากรมากที่สุด (Minimal Resource) จากเกณฑ์ทั้งสอง สามารถแบ่งประเภทของผู้บริโภคออกเป็น 8 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

2.1 กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต (Actualizers) เป็นกลุ่มที่มีความสำเร็จในชีวิต มีรายได้สูง ที่สุด และทรัพยากรเป็นจำนวนมากที่ทำให้เขาสามารถอยู่ในกลุ่ม Self-orientation ได้ เป็นกลุ่มที่ยึดถือการกระทำ มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง ได้รับการศึกษาสูง สำหรับกลุ่มนี้ภาพพจน์เป็นเรื่องสำคัญต่อเขา ไม่ใช่เพื่อแสดงฐานะแต่เพื่อขยายให้เห็นถึงรสนิยม ความเป็นอิสระและทำที่ เขามีความสนใจรอบด้าน โดยเฉพาะปัญหาสังคม พร้อมทั้งจะเปิดรับการเปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มที่จะซื้อ “สิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต” หรือสิ่งที่สามารถแสดงสไตล์ รสนิยม และลักษณะของตนเอง

2.2 กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ (Fulfilleds) เป็นพวก “มืออาชีพ” ที่มีการศึกษาดี ยึดถือหลักการ มีความรับผิดชอบและสูงด้วยวุฒิภาวะ มีความรู้กว้างขวาง กลุ่มนี้จะเน้นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน หรือความสุขในครอบครัว เป็นผู้มีความพร้อมมูลและยังเปิดรับความคิดเห็นใหม่ๆ อีกด้วย เป็นพวกที่มีรายได้สูงแต่เป็นผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมตามค่านิยม (Value-oriented consumer)

2.3 กลุ่มผู้นับรัชนีนิยม (Believers) ประกอบด้วยผู้บริโภคที่เป็นพวกอนุรักษนิยมรายได้พอประมาณ ยึดถือหลักการ กลุ่มนี้ได้รับการศึกษาน้อย มีความเชื่อฝังใจในหลักศีลธรรมจรรยา และ

ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง นิยมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศและเป็นตราที่ “ติดตลาด” ชีวิตมุ่งที่ครอบครัว วัด ชุมชน และประเทศชาติ

2.4 กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers) เป็นกลุ่มที่มีรายได้มาก ยึดถือสถานภาพประสบความสำเร็จในอาชีพการงานของตน มีหัวทางอนุรักษ์นิยมทั้งทางความเป็นอยู่และความคิดทางการเมือง มุ่งทำงาน รักความสำเร็จ แสวงหาความพอใจจากงานและครอบครัว ถือภาพลักษณ์ตนเองเป็นสิ่งสำคัญ มักชอบซื้อสินค้าหรือบริการที่มีศักดิ์ศรี เพื่อแสดงให้เห็นความสำเร็จของตนต่อเพื่อนร่วมงาน และได้รับคำยกย่องจากเพื่อนฝูง

2.5 กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม (Strivers) ประกอบด้วย บุคคลที่มีค่านิยมคล้ายกับของพวกกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers) แต่มีทรัพยากรทางจิตวิทยา สังคมและเศรษฐกิจน้อยกว่าคนกลุ่มนี้จะมีความทะเยอทะยานอยากที่จะประสบความสำเร็จเหมือนอย่างคนที่ตนเองคิดว่ามีความสำเร็จมากกว่าตนมีความสนใจในความคิดเห็น หรือความชอบของผู้อื่นที่มีต่อตน สินค้าที่มีสไตล์มีความสำคัญมากต่อคนกลุ่มนี้ เพราะเขาพยายามเลียนแบบผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มที่มีทรัพยากรมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

2.6 กลุ่มผู้แสวงหาประสบการณ์ใหม่ (Experiencers) กลุ่มนี้มีทรัพยากรมากยึดถือการกระทำ มีความกระตือรือร้น ชอบกีฬา การออกกำลังกาย การเสี่ยงภัย และกิจกรรมทางสังคม ชอบแสวงหาความหลากหลาย และความตื่นเต้น และเป็นผู้บริโภคที่ “หิว” และใช้จ่ายเป็นอย่างมากกับเสื้อผ้า อาหารเร่งด่วนหรืออาหารสำเร็จ รูป ดนตรี ภาพยนตร์ และของโปรดของวัยรุ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งพวกนี้ชอบลองสิ่งใหม่ๆ

2.7 กลุ่มนักปฏิบัติ (Makers) เป็นกลุ่มที่มีทรัพยากรน้อย ยึดถือการกระทำเป็นผู้ที่ช่วยเหลือตัวเองได้ มีหัวทางอนุรักษ์นิยมทางความเป็นอยู่ในครอบครัว และทางการเมือง พวกเขานิยมความเพียงพอใจตัวเอง มุ่งแต่สิ่งที่ตนคุ้นเคย ครอบครัว งาน และการพักผ่อนร่างกาย นิยมแต่สินค้าที่ดูง่ายหรือแสดงหน้าที่ให้เห็นง่าย เช่น เครื่องมือต่างๆ เครื่องมือตกปลา เป็นต้น

2.8 กลุ่มผู้ดิ้นรน (Struggles) ประกอบด้วยบุคคลที่มีรายได้น้อยที่สุดและมีทรัพยากรน้อยที่สุดในกลุ่ม Self-orientation เนื่องจากมีทรัพยากรจำกัด และการศึกษาต่ำ จึงมีชีวิตอยู่อย่างจำกัด จำเป็นต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อความอยู่รอด มีทรัพยากรน้อยที่สุด ไม่มีความผูกพันทางด้านสังคมมีอายุมาก สนใจและเป็นห่วงสุขภาพตนเองและความปลอดภัย มีความระมัดระวังในเรื่องค่าใช้จ่าย พวกเขาจึงมักเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสตัยต่อตราที่ยี่ห้อ

การทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Marketing) การทำการตลาดโดยให้ความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มเป้าหมายโดยมุ่งเน้นว่าการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ต้องให้สอดคล้องเหมาะสมลงตัวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็น

เป็นการออกแบบสินค้าหรือบริการ การสื่อสารการตลาด การจัดกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น การทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต จะมีการทำงานที่สำคัญ 3 ชั้น คือ

1. การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Segmentation) ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคนั้นมีเกณฑ์หรือตัวแปรในการแบ่งได้หลายเกณฑ์เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ รายได้ สถานภาพสมรส รวมถึงสถานะหรือระดับชั้นในสังคม เป็นต้น เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เช่น เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น เกณฑ์พฤติกรรมการใช้สินค้า ประโยชน์ที่ต้องการจากสินค้า ตลอดจนความภักดีต่อตราสินค้า เป็นต้น และเกณฑ์อื่นๆ จำนวนมาก

2. การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Segmentation) คือ การแบ่งส่วนตลาดตามวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งตัวแปรในการใช้แบ่งก็คือ AIOs นั่นเอง นักวิชาการเรียกการแบ่งส่วนตลาดนี้ว่าการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) โดยส่วนของตลาดที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดวิธีนี้อาจแตกต่างจากอาชีพ มีอายุ รายได้ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน แต่มีความคล้ายคลึงกันในกิจวัตร กิจกรรมที่ทำ มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน หรือมีมุมมอง ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยมที่คล้ายๆ กัน

ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าอาจจะได้มาจากโครงการสำรวจวิจัย ที่เรียกว่า การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค (Lifestyle Survey) หรืออาจได้มาจากการเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น ข้อมูลการใช้บัตรเครดิต ประวัติการซื้อข้อมูลการเข้ารับบริการ ประวัติการติดต่อที่บันทึกจากศูนย์บริการหรือ Call Center เป็นต้น ข้อมูลที่มีคุณภาพและปริมาณมากเพียงพอก็จะสามารถนำมาใช้ทำการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Segmentation) ได้โดยจะตั้งคำถามหลักๆ สองคำถามตามลำดับ คือ (1) สามารถใช้ตัวแปรนี้แยกกลุ่มลูกค้าได้หรือไม่ และ (2) ควรแยกกลุ่มลูกค้าออกเป็นกี่กลุ่ม ซึ่งเรียกว่า ทำการแบบแยกวิเคราะห์ (Discriminate Analysis) และ ทำการวิเคราะห์แบบรวมกลุ่ม (Cluster Analysis) หลังจากนั้นนักการตลาดก็จะระดมความคิดเพื่อเติมภาพของแต่ละกลุ่ม (Segment) ให้เต็มว่าเป็นใคร รุนราวคราวไหน ค่านิยมของชีวิตคืออะไร เป็นต้น

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Positioning) การกำหนดตำแหน่งหรือจุดยืนทางการตลาดของตนเองเพื่อบอกผู้บริโภค หรือการกำหนดตำแหน่งครองใจผู้บริโภคไว้ว่าเราไม่เหมือนคนอื่น มีอยู่มากมายหลายวิธี แต่แนวทางของการทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Marketing) จะเลือกบอกลูกค้าว่า “เราคือ Your Lifestyle Product” หรือเลือกที่จะบอกว่า เราคือรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนี้เช่น แทนที่จะเน้นเสนอความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีของเครื่องใช้ในบ้าน เลือกที่จะเสนอเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตตามเทคโนโลยี ที่ลงตัวกับชีวิตลูกค้า และแทนที่จะเน้นเสนอที่ว่ารับส่งข้อมูล GPRS ได้รวดเร็วก็เลือกที่จะ

เสนอ โทรศัพท์ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Mobile Lifestyle) หรือแทนที่จะเน้นเสนอว่าค่าโทรศัพท์ ค่ำค่า ประหยัด ใช้บริการได้สะดวก ก็เลือกที่จะเสนอ รูปแบบที่เป็นอิสระ (Freedom Lifestyle) และเลือกที่จะสื่อถึงความรู้สึกที่เป็นอิสระ (Feeling of Freedom) เป็นต้น

3. การสร้างตราตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Branding) คือ การสร้างตราให้เป็น “Lifestyle Brand” หรือก็คือ การสร้างตราโดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นความแตกต่างที่สำคัญ ส่วนตราสินค้าตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Brand) คือ ตราที่มีภาพลักษณ์ที่เป็นภาพรวมของวิถีการดำเนินชีวิตแบบหนึ่งๆ ซึ่งการสร้างตราตามรูปแบบการดำเนินชีวิต มีแนวทางสำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

3.1 สร้างตราให้มีจุดเด่นของตัวเอง (Self-expressive Benefits) คือ ต้องเป็นตราที่ใครๆ ก็รู้ว่าลูกค้าผู้ใช้นี้เป็นใคร มีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างไร เช่น ตรา Jeep เป็นตราที่ให้ภาพลักษณ์หลายๆ อย่างเกี่ยวกับผู้ใช้อย่างหนึ่ง โดยเฉพาะเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต เช่น ผู้ใช้รถยนต์ Jeep มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการเดินทางท่องเที่ยว รักความเป็นอิสระ และมีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นต้น

3.2 ใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) เพื่อสื่อสารบุคลิกภาพลักษณ์ของตราอย่างคงเส้นคงวา

3.3 ใช้กลยุทธ์การขยายตราไปยังผลิตภัณฑ์อื่น (Range Branding) คำนี้จะคล้ายกับการขยายตราสินค้า (Brand Extension) แต่มีเงื่อนไขเพิ่มเติมคือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ขยายตราออกไปนั้น จะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงตลาดในด้านกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตและกลุ่มตามหลักจิตวิทยา (Lifestyle & Psychographic Group) เช่น ตรา Polo Ralph Lauren ที่วางตลาดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายใต้ตราเดียวกันมากมาย แต่ทุกผลิตภัณฑ์ยังคงจับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มเดิม

การทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการตลาดที่ไม่มีการจำกัดขอบเขตของการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเพียงแค่สินค้าหรือบริการที่มีเท่านั้น แต่ยังมุ่งขยายโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และจะทำให้ทราบความต้องการซื้อ สินค้าของลูกค้าตลอดเวลาซึ่งจะช่วยให้ในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ และยังเป็นการสร้างพันธมิตรที่ยั่งยืนกับลูกค้าอีกด้วย (อนุชิต เทียงธรรม. 2547)

4. ความหมายและแนวคิดประสบการณ์

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา

จากการศึกษาจากสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (<http://www.royin.go>, อินเทอร์เน็ต 20 มกราคม 2559) คำ “ประสบการณ์” เป็นศัพท์บัญญัติมาจากภาษาอังกฤษว่า experience แต่เดิมกรม

วิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ ได้บัญญัติให้ใช้คำว่า “ประสบการณ์” (อ่านว่า ประ-สบ-พะ-กาน) ต่อมา เมื่อคณะรัฐมนตรีได้แต่งตั้งคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทยแห่งราชบัณฑิตยสถาน ขึ้น กระทรวงศึกษาธิการจึงได้เสนอศัพท์บัญญัติวิชาการศึกษาที่ทางกรมวิชาการได้จัดทำขึ้นมาให้รับรอง คณะกรรมการฯ เห็นควรให้แก้ไขศัพท์บัญญัติคำนี้ใหม่เนื่องจากความหมายของคำ “ประสบการณ์” ไม่ตรงกับ ความหมายของคำ experience อย่างแท้จริง

คำว่า “ประสบการณ์” เกิดจากการสมาสคำ “ประสบ” กับคำ “การณ” คำ “ประสบ” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ให้ความหมายไว้ว่า “น. การเกิดผล.” มาจากภาษาบาลีว่า ปสว ภาษาสันสกฤตว่า ปฺรสว ส่วน “การณ” แปลว่า “น. เหตุ เค้า มูล.” เมื่อเข้าสมาสกันแล้วก็มีความหมายว่า “เหตุแห่งการเกิดผล” ซึ่งไม่ตรงกับ ความหมายของ experience

พจนานุกรม Chambers 20th Century อธิบายความหมายของคำนี้ไว้ว่า “n. test trail experiment (obs.): practical acquaintance with any matter gained by trail: long and varied observation personal or general: wisdom derived from the changes and trials of life: the passing through any event or course of events by which one is affected: an event so passed through: anything recieved by the mind as sensation perception or knowledge.”

จะเห็นได้ว่าความหมายในภาษาอังกฤษลึกซึ้งและครอบคลุมมาก experience นี้จะต้องได้มาจากการสังเกต การเรียนรู้ การได้พบด้วยตัวเอง และจดจำเก็บไว้เป็นเสมือนบทเรียนของชีวิต ซึ่งแต่ละคนจะมี experience เฉพาะตัวไม่เหมือนกัน แต่หลายคนก็สามารถมี experience ร่วมกันได้ experience นี้จะเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้เหตุการณ์นั้นๆ กล่าวคือ เหตุการณ์ต้องเกิดขึ้นก่อนจึงจะเกิด experience ไม่ใช่ experience เกิดก่อน จึงเกิดเหตุการณ์ ดังนั้น จึงไม่ควรใช้คำ “ประสบการณ” ซึ่งแปลว่า “เหตุแห่งการเกิดผล”

ด้วยเหตุผลดังกล่าวคณะกรรมการฯ จึงแก้ไขคำนี้ใหม่เป็น “ประสบการณ” (อ่านว่า ประ-สบ-กาน) ซึ่งเกิดจากการประกอบคำ “ประสบ” ซึ่งเป็นคำไทยเข้ากับคำ “การณ” คำว่า “ประสบ” พจนานุกรมให้ความหมายว่า “ก. พบ พบปะ พบเห็น.” เมื่อรวมกันเข้าจึงเป็น “ประสบการณ” มีความหมายตามรูปศัพท์ว่า “การได้พบเหตุการณ์” ซึ่งค่อนข้างตรงกับ ความหมายในภาษาอังกฤษของ คำ “experience” และเพื่อที่จะได้ใช้คำนี้ในความหมายที่ถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 จึงได้เก็บคำ “ประสบการณ” เข้าเป็นลูกคำของคำว่า “ประสบ” และให้นิยามไว้ว่า “น. ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา.” (หน้า509)

แม้คณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทยของราชบัณฑิตยสถาน จะมีหน้าที่บัญญัติศัพท์ภาษาไทยที่มาจากภาษาต่างประเทศสำหรับประกาศใช้ทั่วประเทศเพื่อให้การใช้ภาษาไทยมีเอกภาพ แต่คณะกรรมการฯ ก็คำนึงถึงความนิยมใช้ของผู้ใช้ภาษาเช่นกัน เมื่อใดก็ตามที่จำเป็นต้องแก้ไขศัพท์

บัญญัติซึ่งได้บัญญัติไว้แล้ว แต่ความหมายไม่ตรงตามความหมายในภาษาเดิมนั้น คณะกรรมการจะพยายามอย่างยิ่งที่จะหาคำใหม่ที่ถูกต้องและมีเสียงใกล้เคียงกับศัพท์บัญญัติคำเดิมให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้จะสามารถจดจำนำไปใช้ได้ง่ายขึ้น ดังเช่นคำ ประสบการณ์ ที่ได้อธิบายมาแล้ว.

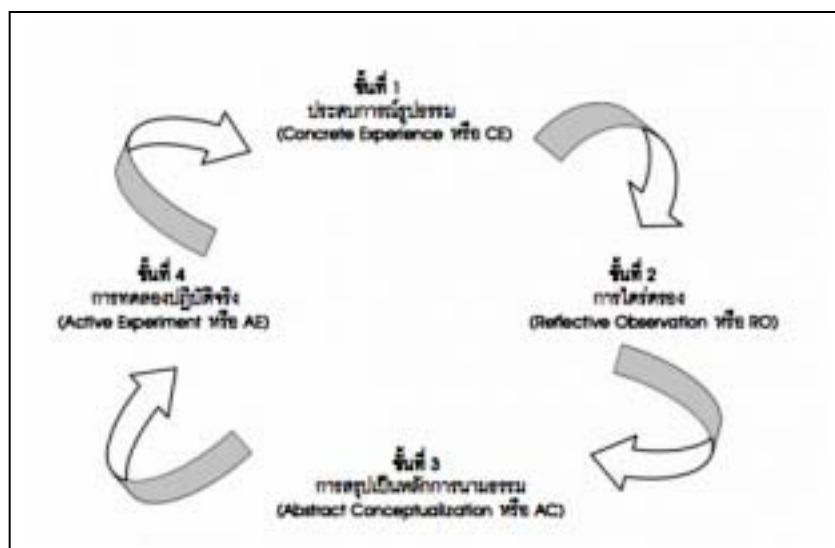
ศึกษาจากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี

จากการศึกษาจากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (<https://th.wikipedia.org/ประสบการณ์>, อินเทอร์เน็ต 20 มกราคม 2559) ให้ความหมายคำว่า ประสบการณ์ หมายถึง ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ทุกๆ ด้าน ประสบการณ์ที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ศิลปะมีอยู่ 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) ประสบการณ์ตรง เป็นประสบการณ์ที่เราได้ปะทะหรือสัมผัสด้วยตัวเองได้พบเอง กระทำเอง ได้ยินได้ฟังเอง 2) ประสบการณ์รอง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "ประสบการณ์ทางอ้อม" เป็นประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดหรือรับรู้มาอีกทอดหนึ่ง

ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Kolb and Fry 1971 ; 1975 ; 1984) อธิบายได้ว่า ขอบข่ายความหมายของคำว่า การเรียนรู้จากประสบการณ์กว้างขวางมาก ทั้งในทางปฏิบัติและทฤษฎี ต่างมีมุมมองที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่แต่ละคนเผชิญอยู่ในชีวิตประจำวัน ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า “การเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) คือกระบวนการสร้างความรู้ ทักษะ และเจตคติ ด้วยการนำเอาประสบการณ์เดิมของผู้เรียนมาบูรณาการเพื่อสร้างการเรียนรู้ใหม่ๆ ขึ้น”

ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการงานของโคลบและฟราย (Kolb and Fry 1971 ; 1975 ; 1984) ก็เป็นที่นิยมใช้อ้างอิงถึงในการอภิปรายถึงประเด็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ โคลบ และฟราย (Kolb and Fry. 1975) ระบุในผลการวิจัยว่าขณะที่ผู้ใหญ่เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ตามรูปแบบการเรียนรู้ที่ตนถนัด และการเรียนรู้ก็จะเริ่มจากจุดนั้น แต่ผู้ใหญ่ก็จะใช้รูปแบบการเรียนรู้หลายๆ รูปแบบแม้ว่าจะไม่มากหรือได้ผลเท่ากับแบบที่ตนเองถนัด

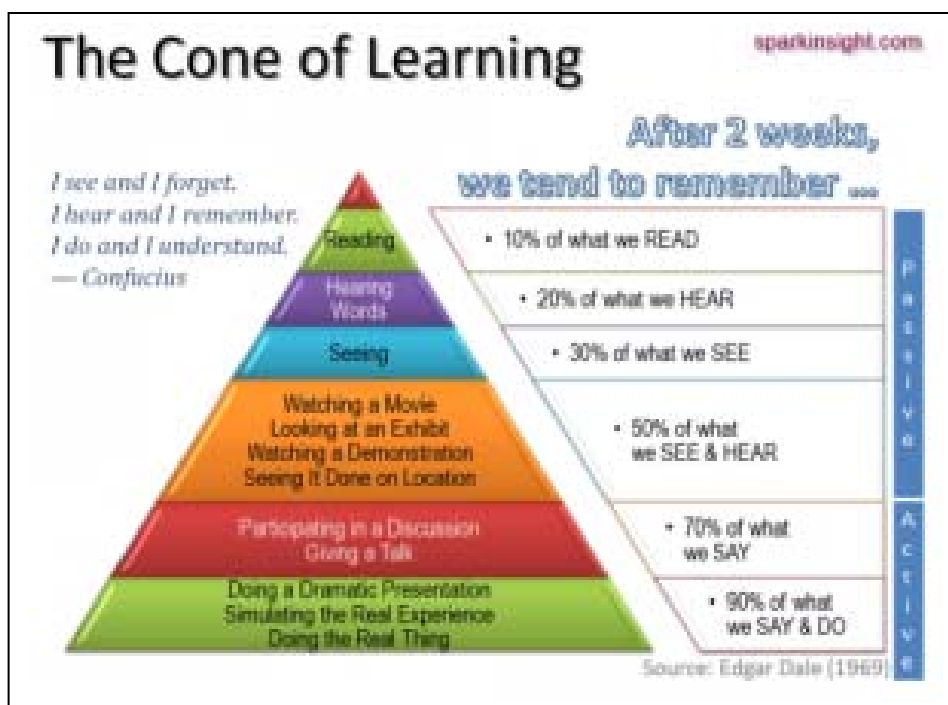


ภาพประกอบ 3 กระบวนการเรียนรู้จากทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์

ที่มา: Kolb; & Fry. (1971; 1975; 1984)

ขั้นที่ 1 ประสบการณ์รูปธรรม

เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนมีประสบการณ์ต่างๆ เน้นการใช้ความรู้สึกและยึดถือสิ่งที่เกิดขึ้นจริงตามที่ตนประสบในขณะนั้น ขั้นที่ 2 การไตร่ตรองเป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนมุ่งที่จะทำความเข้าใจความหมายของ ประสบการณ์ที่ได้รับโดยการสังเกตอย่างรอบคอบเพื่อการไตร่ตรองพิจารณา ขั้นที่ 3 การสรุปเป็นหลักการนามธรรม เป็นขั้นที่ผู้เรียน ขั้นที่ 4 การทดลองปฏิบัติจริง เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนนำ เอาความเข้าใจที่สรุปได้ในขั้นที่ 3 ไปทดลองปฏิบัติจริง เพื่อทดสอบว่าถูกต้องหรือขั้นตอนนี้เน้นที่การประยุกต์ใช้



ภาพประกอบ 4 แนวความคิดจากทฤษฎีของ Kolb

ที่มา Kolb and Fry. 1971 ; 1975 ; 1984

ขั้นที่ 2. แบบดูดซึม หรือ Assimilators

หมายถึง รูปแบบการเรียนรู้ที่เน้นขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 2 และขั้นที่ 3 เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีความสามารถในการสรุปหลักการหรือกฎเกณฑ์ ผู้เรียนที่มีรูปแบบการเรียนรู้แบบนี้มักสนใจในหลักการที่เป็นนามธรรมมากกว่า แต่ไม่ชอบการลงมือปฏิบัติและมักไม่คำนึงถึงการนำทฤษฎีไปประยุกต์ใช้

ขั้นที่ 3. แบบคิดเอहनัย หรือ Convergers

หมายถึง รูปแบบการเรียนรู้ที่เน้นขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 4 และขั้นที่ 1 ผู้เรียนที่มีรูปแบบการเรียนรู้แบบนี้จะชอบลงมือปฏิบัติ ชอบทดลอง และจะทำงานได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องใช้การปรับตัว มีแนวโน้มจะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยวิธีการที่ตนเองคิดขึ้นเองในลักษณะที่ ชอบลองผิดลองถูก และชอบทำงานร่วมกับผู้อื่น (Kolb, Rubin, & Osland 1991: 23-40)

ขั้นที่ 4. แบบปรับปรุง หรือ Accommodators

หมายถึง รูปแบบการเรียนรู้ที่เน้นขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 4 และขั้นที่ 1 ผู้เรียนที่มีรูปแบบการเรียนรู้แบบนี้จะชอบลงมือปฏิบัติ ชอบทดลอง และจะทำงานได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องใช้การปรับตัว มี

แนวโน้มจะแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยวิธีการที่ตนเองนึกคิดขึ้นเองในลักษณะที่ชอบลอง ผิดลองถูก และชอบทำงานร่วมกับผู้อื่น (Kolb, Rubin, & Osland 1991: 23-40)

5. ประสบการณ์การลงทุนคอนโดมิเนียม

ถ้าคุณเป็นคนที่ยากลงทุนอสังหาริมทรัพย์เพื่อเก็บค่าเช่า แต่มีเงินทุนน้อย ไม่รู้จักทำเลดีๆ หรือทำเลที่ชอบก็มีเจ้าของไปหมดแล้ว กลัวจะหาคนเช่าไม่ได้ ไม่อยากยุ่งยากกับการจัดการ เช่น ต้องคอยมาซ่อมแซมดูแลรักษา ต้องคอยทวงเก็บค่าเช่า และห่วงว่าถ้าเกิดเปลี่ยนใจไม่ยากลงทุนในอสังหาริมทรัพย์แล้ว ก็กลัวว่าจะหาคนมาซื้อต่อได้ยาก เรามีบุคคลที่ประสบความสำเร็จจากการลงทุนมาให้ท่านศึกษา ซึ่งแต่ละท่านล้วนแต่เจอความล้มเหลวมาแล้วทั้งนั้น แต่ประสบการณ์ในอดีตสอนให้ท่านเหล่านี้สามารถกลับมาประสบความสำเร็จทางการลงทุนอสังหาฯได้ ซึ่งแต่ละท่านก็มีเคล็ดลับดีๆ มาบอกกล่าวซึ่งเคล็ดลับดีๆ ของ 13 นักลงทุน มีดังต่อไปนี้

1. คุณพิชัย จาวลิ (<http://moneyhub.in.th>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

ถ้าจะพูดถึงวงการนักลงทุนอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในเมืองไทย เชื่อว่าหลายคนต้องรู้จักคุณพิชัย จาวลา กรรมการบริหาร กลุ่มจาวลากรุ๊ป และผู้บริหารโรงแรมในเครือ B2 ซึ่งนอกจากจะเป็นนักลงทุนทั้งในอสังหาริมทรัพย์ และหุ้นแล้ว ยังมีผลงานหนังสือออกมาแล้วหลายเล่มด้วยกัน เช่น “เศรษฐศาสตร์แห่งความจริง” “รวยด้วยอสังหาฯ โดยไม่ต้องใช้เงินสักบาท” “รวยหุ้นล้านฟ้า ด้วยระบบคิดใหม่” เป็นต้น โดยคุณพิชัย ถือได้ว่าเป็นนักลงทุนที่ใครต่อใครหลายคนยกให้เป็นไอดอลหรือเป็นอาจารย์ที่สอนและให้คำแนะนำดีๆ ในเรื่องของ ความรู้การลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์อีกด้วย

เมื่อพูดถึงการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ หลายคนคงคิดว่ามันเป็นเรื่องไกลเกินเอื้อม เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูง อีกทั้งยังต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอีกเยอะแยะมากมาย แต่คุณพิชัย กลับบอกว่า การที่จะรวยด้วยอสังหาฯ ไม่จำเป็นต้องใช้เงินสักบาท คุณอาจจะสงสัยว่า แล้วจะทำยังไงล่ะ ถ้าไม่ต้องใช้เงิน?

จริงๆ แล้ว ที่คุณพิชัยหมายถึง คือ ไม่ใช่ที่เราต้องรวยก่อน ต้องมีทุนก่อนถึงค่อยเริ่มลงมือทำอะไร ถ้าคุณโฟกัสไปที่การต้องมีเงินก่อน สุดท้ายแล้วคุณจะได้ลงมือทำอะไรเลย กระบวนการเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากการที่เราเริ่มศึกษา เริ่มเรียนรู้จากการเห็นของจริง เป็นการเรียนรู้ในภาคปฏิบัติ นี่คือการกระบวนการเรียนรู้ที่แท้จริง ดังนั้นสิ่งที่คุณพิชัยแนะนำสำหรับผู้ที่จะเริ่มลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ก็คือ ให้หยุดคิดเรื่องเงิน แล้วลงทุนในเวลา โดยการออกไปดูอสังหาริมทรัพย์ของจริงไม่ว่าจะเป็น อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม โรงแรม หรืออะไรก็ได้แต่ที่คุณให้ความสนใจให้มากที่สุด อย่างน้อยสัก 50-100 แห่ง สิ่งไหนที่ไม่รู้ให้ถาม แล้วจดเอาไว้ สังเกตให้มาก อย่าท้อ และอย่ารีบสรุปอะไรง่ายๆ การที่

คุณจะเป็นคนรวย แสดงว่าคุณต้องกลายเป็นคนส่วนน้อย ดังนั้นจงเต็มใจที่จะทำอะไรที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ ยอมเหนื่อยในสิ่งที่คุ้มค่าที่จะเหนื่อย

เมื่อคุณเก็บข้อมูลจากการออกภาคสนามอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการถาม จด และสังเกตอยู่ตลอดเวลา กระบวนการเรียนรู้ที่จะเปรียบเทียบจะเกิดขึ้นในใจของคุณเองโดยอัตโนมัติ เมื่อถึงตอนนั้นคุณจะรู้แล้วว่า อะไรที่ควรลงทุน อะไรที่ควรเลี่ยง คุณจะมีความสามารถในการหาของดี ในราคาที่เหมาะสมต่อการลงทุน เมื่อคุณมีความรู้และมีทักษะตรงนี้แล้ว ต่อให้คุณไม่มีเงินทุน แต่การที่คุณจะหาช่องทางในการทำเงินจากสินทรัพย์ดังกล่าว หรือแม้แต่จะหา Partner ในการร่วมลงทุน ย่อมเป็นเรื่องที่ง่าย เพราะคุณมีความรู้ ทำให้โอกาสที่ใครๆ จะยอมเชื่อคุณ ย่อมมีมากขึ้นเป็นธรรมดา คุณเห็นหรือไม่ว่า “ทุน” ที่สำคัญที่สุดนั้น ไม่ใช่ “เงิน” แต่มันคือ “เวลา” ที่คุณใช้ไปในการหาความรู้ โดยการออกไปเก็บข้อมูลในการไปเห็นของจริงอยู่เสมอต่างหาก สำหรับบางคนที่ชอบออกไปซื้อปิ้งซื้อของในวันหยุด ลองเปลี่ยนเป็นออกไปดูสังหาริมทรัพย์แทน แค่อสังหาฯ ทีเดียวครั้ง 1 ปี ก็จะสามารถดูได้ถึง 50 กว่าที่ เป็นการลงทุนในเวลาที่คุ้มคามากกว่าการไปซื้อปิ้งแล้วเสียเงินเป็นไหนๆ

การขาดทุนคือกระบวนการหนึ่งสู่ความรวย ยังไงก็ต้องเจอ ถ้าเราหนีการขาดทุน เท่ากับเราหนีความรวย มันมีความสัมพันธ์กันอย่างมากระหว่างจำนวนครั้งที่ผิดพลาด กับความเก่ง ยิ่งเคยผิดพลาดมาก ยิ่งเก่งมาก (แต่ไม่ใช่ผิดพลาดซ้ำๆ ในเรื่องเดิมๆ นะ) คนที่ไม่เคยขาดทุนเลย เอาแต่พูดไม่เคยลงมือทำ แสดงว่าคนนั้นไม่มีความรู้ที่แท้จริง ดังนั้นหน้าที่ของนักลงทุนก็คือ ลดความเสี่ยงให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยในขั้นตอนของการเริ่มลงทุน อาจจะเลือกทำธุรกิจที่มีความเสี่ยงต่ำไปก่อน ถ้าไรน้อยก็ไม่ใช่ไร รวมถึงวิเคราะห์ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่จะทำให้เราขาดทุน ให้ทำรายการออกมา และมองหาทางป้องกัน เมื่อลดความเสี่ยงให้ต่ำที่สุดได้แล้ว ให้เพิ่มโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ โดยการปรึกษาผู้ที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่าเรา ซึ่งน้ำหนักให้ตีระหว่างความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นกับโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ถ้ามีโอกาสสำเร็จมาก ก็ให้ลงมือทำเลย

การเปรียบเทียบระหว่างการลงทุนในหุ้น กับอสังหาฯ คุณพิชัยมีความเห็นว่า การลงทุนในหุ้นนั้นดูเหมือนง่าย แต่ยาก ส่วนการลงทุนในอสังหาฯ ดูเหมือนมีขั้นตอนยุ่งยาก ต้องเรียนรู้เยอะ แต่สำเร็จง่ายกว่า ที่เป็นอย่างนี้ก็เพราะว่า อสังหาฯ มีความนิ่งมากกว่า เกี่ยวข้องกับอารมณ์คนน้อยกว่า ทำให้ความผันผวนของราคามีน้อยกว่า จึงทำให้เป็นการลงทุนที่สามารถควบคุมได้ง่ายกว่า ตรงกันข้ามกับการลงทุนในหุ้น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับอารมณ์มากกว่า มีความผันผวนมากกว่า ตลาดที่มีสภาพคล่องสูงมาก ดังเช่นตลาดหุ้น จะมีสัดส่วนของการเก็งกำไรสูงมาก ดีความได้ยาก อธิบายได้ยาก ไม่ได้เป็นไปตามหลักเหตุและผลเสมอไป จึงทำให้คนที่ประสบความสำเร็จจากการลงทุนในหุ้นมีน้อยกว่าคนที่ประสบความสำเร็จจากการทำธุรกิจมาก

2. คุณนุ้ม – ปนัดดา วงศ์ผู้ดี / เริ่มจากสูตร ! ลงทุน (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

The Way to Investment เพิ่มผลตอบแทน บนทุกเส้นทางการลงทุน นั่นคือแนวคิดของ “นุ้ม – ปนัดดา วงศ์ผู้ดี” อดีตนางสาวไทยปี 2543 ถึงวันนี้เธอครบรอบทั้ง ดารา นางแบบ นักธุรกิจ งานด้านสังคม รวมถึงบทบาทที่ไม่บอกก็ไม่มีใครรู้ ก็คือ “ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์” ทั้งบ้าน และห้องชุดในคอนโดมิเนียม เงินต่อเงิน ยังได้ทรัพย์สิน (Asset) ติดตัว เพื่ออยู่อาศัย ปลอยเช่าหารายได้เก็บกินแบบนำซื้อม่อทวาย

การลงทุนที่ CONDO Living มีโอกาส เจาะลึกถึงแนวคิด แนวปฏิบัติ รวมถึงมุมมองต่างๆ ต่อการลงทุนของผู้หญิงเก่งคนหนึ่งที่เธอบอกว่า มีเพียงการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ “หุ้น” เท่านั้นที่เธอไม่ได้เข้าไปจับ!! ด้วยเหตุเพราะ “เวลา” เป็นอุปสรรค นอกนั้นลุยเก็บหมดไม่ว่าจะเป็น ซื้อพันธบัตร, สลากออมสิน, กองทุนต่างๆ ทั้ง LTF, RMF, ทองคำ และซื้ออสังหาริมทรัพย์ เป็นชิ้นๆ ขายต่อทำกำไร หรือปลอยเช่า เป็นต้น

แม้ว่าเธอจะเป็นนักลงทุนตัวจริง แต่เธอก็ย้ำว่าการลงทุนทุกอย่างล้วนมีความเสี่ยง แต่อสังหาฯ ที่ดิน บ้าน คอนโดฯ เป็นสิ่งที่มีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร คนทั่วๆ ไปยังซื้อรถ ซื้อบ้าน ซื้อคอนโดฯ อยู่ตลอด ส่วน “หุ้น” ต้องคอยตามดูเทียบกับอสังหาฯ แล้วถือว่า เสี่ยงกว่า ทำเล “ต้อง” เป็นต่อ, เจ้าของ “ต้อง” เชื่อถือได้, ราคา “ต้อง” ถูกและต้องสุดท้ายคือ ต้องเป็นกลุ่มแรกๆ ที่เข้าไปซื้อ “4 ต้องครบ” ที่เธอใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อ

3. คุณกิด – กิตติชัย เตชะงามเลิศ จาก 1 ล้าน เป็น 500 ล้าน (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

หนุ่มหน้าหยก ที่ชื่อ กิด-กิตติชัย เตชะงามเลิศ เจ้าของโฮม พร็อพเพอร์ตี้ เขาใช้เงินทุนประเดิมเพียง 1 ล้านบาท เขาทำได้ผ่านพอร์ตการลงทุนแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ หุ้น 60% ส่วนอีก 40% เป็นอสังหาฯ รวมมูลค่าทั้งสิ้นเกือบ 500 ล้านบาท โดยอสังหาฯ รวมนั้นมีทั้งห้องชุดเป็นคอนโดมิเนียม, ที่ดินเปล่า เป็นต้น

“การลงทุนควรจะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ที่มีเงินออม น่าเสียดายที่คนไทยยังให้น้ำหนักการออมเงินโดยการฝากเงินกับธนาคาร ซึ่งผมคิดว่านั้นเป็นการไม่กล้ารับความเสี่ยงจากการลงทุน” ทั้งหุ้นและอสังหาริมทรัพย์มีจุดดี-จุดด้อยต่างกัน “หุ้น” เสี่ยงสูง สภาพคล่องสูง ผลตอบแทนก็สูงตามขณะที่ “อสังหาฯ” สภาพคล่องน้อยได้จังหวะที่อยากขาย แต่ราคาปรับขึ้นแน่ๆ จะช้า จะเร็ว หรือราคาที่ปรับขึ้นนั้นอาจน้อย หรืออาจปรับเพิ่มมากแตกต่างกันเท่านั้น

4. คุณเกล้า – ธชาธร อัสตวรร มือใหม่ ! หัดซื้อคอนโดฯลงทุน (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

บุคคลจะล่วงทุกชีได้ด้วยความเพียรเริ่มจาก Small Deal ดีกว่า Big Deal ลองใช้ Opportunity Base คู่ Resource Base แก่ใจพลึงกับการลงทุนครั้งใหม่... ไม่ซ้ำรอยครั้งผ่านมาของ “เกล้า-ธชาธร อัสดาธร” พี่อาร์สาว และผู้บริหารของ Ninety Nine Communication Agency Company ถึงอีกมุมของชีวิตกับการเข้ามาลงทุน(ซื้อ) ห้องชุดในคอนโดมิเนียมที่เธอยอมรับว่ามีประสบการณ์ที่ไม่ดีเท่าไรนักกับการลงทุนครั้งผ่านมา... แต่กับครั้งใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นเธอมั่นใจว่า ยังไงเสียก็คงไม่ซ้ำรอยเดิมแน่ๆ เมื่อครั้งเกิดขึ้นเธอมั่นใจว่ายังไงเสียก็คงไม่ซ้ำรอยเดิมแน่ๆ เมื่อครั้งเกิดวิกฤติต้มยำกุ้งปี 2540 ใหม่ๆ ว่า ซื้อบ้านไม่ได้บ้าน แต่สำหรับเธอแล้ว ซื้อคอนโด...ไม่ได้คอนโดทั้งๆ ที่เพ-ลาที่ซื้อนั้นประมาณปี 2550 ได้ครบรอบ 10 ปี นับจากวิกฤติต้มยำกุ้งพอดีพอดี ทำเลที่ตั้งดีอยู่ริมถนนใหญ่สุขุมวิท ผู้ประกอบการก็มีชื่อเสียงระดับหนึ่งและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ราคาจับต้องได้สมเหตุผล

แต่ด้วยเหตุผลทางธุรกิจของผู้ประกอบการรายนี้ที่ประสบปัญหาความไม่พร้อมทั้งด้านเงินทุน ความพร้อมของทีมงานหรือคนที่บริหารหรือจัดการและอื่นๆ ทำให้โครงการไปต่อไม่ได้

การซื้อคอนโดฯ มันเป็นเรื่องนี้ แต่ทำให้เราแอกที่พขึ้น มีความภูมิใจว่าเราก็ทำได้ แรกเริ่มที่ทำแบบค่อยเป็นค่อยไปทำเลเล็กๆ ค่อยๆ เก็บเกี่ยวประสบการณ์แต่หากโชคดีมีเงินมากพอหรือมีจังหวะไม่แน่ อนาคตอาจหาที่ดินแปลงไม่ใหญ่ทำเอง

5. คุณใจ – วุฒิชัย เจริญโชค ทายาท ! ไทยรุ่งฯ ควักทุนอสังหาฯ (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

ไม่ยัดติต...ลงทุนตามสถานการณ์ยึดความมั่นคงสู่ความมั่งคั่ง เบรก...ซื้อคอนโดฯราคา “เวอร์” ซื้อดีเก่ามาแปลงโม “กินยาว” น้ำซึมบ่อทราย

คุณใจ – วุฒิชัย เจริญโชค นักธุรกิจหนุ่มที่นอกจากจะดูแลธุรกิจครอบครัวในกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด (มหาชน) แล้ว วุฒิชัย ยังเจียดเวลาส่วนตัวมาทำอะไร ที่สนุก แถมมีรายได้เก็บกินเรื่อยๆ อย่างที่เรียกกันว่าน้ำซึมบ่อทราย ผมไม่เสี่ยงซื้อกระดาด!

ลงทุนคอนโดฯ เรื่อง “โลเกชั่น” สำคัญมากเมื่อได้โลเกชั่นที่เป็นที่ตั้งโครงการแล้ว จะต้องดูลึกเข้าไปว่ายูนิตที่จะซื้อนั้นอยู่ตำแหน่งไหน? อย่างไร? เรียกว่า โลเกชั่น อินโลเกชั่น ต้องเป็นผู้ที่ดูของเป็น แต่สำหรับวุฒิชัยแล้วชอบที่จะลงทุนซื้อห้องชุดในโครงการคอนโดฯที่สร้างเสร็จแล้ว เพราะห้องชุดที่สร้างแล้วจะเห็นของจริง เห็นวิวจริง เห็นสังคมคนที่อยู่อาศัยจริง ราคาอาจปรับเพิ่มจากตอนที่ทางโครงการเปิดตัวบ้างแต่ลดความเสี่ยง เพราะหากซื้อช่วงที่โครงการเปิดจองจ่ายดาวน์ไปเรื่อยๆ กว่าโครงการจะเสร็จก็กินเวลาไปปีสองปี มีความเสี่ยง เพราะไม่ทราบว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้างระหว่างทาง

“ยอมรับว่าสมัยก่อนซื้อแล้วขายกำไรดีพอสมควร แต่ตอนนี้ผมว่าผลตอบแทนน้อยลงค่าเช่าก็ถูกลง สวนทางกับราคาห้องชุดที่เปิดขายใหม่ตอนนี้ผมว่าราคาสูง บางแห่งสูงจนเวอร์ แต่ไม่ลง”

นั่นเป็นหนึ่งในหลายๆ เหตุผลที่ทำให้ วุฒิชัย พักเบรกซื้อห้องชุดคอนโดในเมืองกรุงแล้วหันไปซื้อห้องชุดคอนโดเมืองตากอากาศแทน แบบไม่ยัดยัด หากแต่คงไว้ซึ่ง “โอกาส” ของผลตอบแทนที่มั่นคงสม่ำเสมอ พร้อมกับเปลี่ยนไปลงทุนซื้ออาคารเก่ามาปรับโฉมใหม่ให้ปล่อยเช่าอยู่อาศัยในรูปแบบอพาร์ทเมนต์ ภายใต้ชื่อเพลิน พัทยา เรสซิเดนส์ ถึงวันนี้มูลค่า 50 ล้านบาท จากที่ซื้อมา 31 ล้านบาท

6. ดร.มนู ลีณะวงศ์ แบ่งรายได้-จัดเต็มลงทุน สไตล์ (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

อยู่อย่างมีสติ...เดินทางสายกลางจัดสรรรายได้ ตีกันความเสี่ยงบาลานซ์ชีวิต “การเงิน-สุขภาพ” วางแผนกำหนดทิศ...สู่เป้าหมาย

ทำอะไรให้แต่พอเหมาะพอดี ตอบโจทย์ในสิ่งที่ทำรวมถึงทางเดินบนสายธุรกิจของ ดร.มนู ลีณะวงศ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท อควา (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ บริต้า (BRITA) จากเยอรมนี เมื่อมีรายได้เข้ามา ดร.มนู มีแผนการใช้จ่ายที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนแรก สำหรับใช้ในชีวิตรประจำวันคิดเป็นสัดส่วน 30% ของรายได้ทั้งหมด ส่วนที่สอง นำมาลงทุนระยะสั้นถึงกลาง 6 เดือนถึง 3 ปี มีสภาพคล่องสูง โดยสามารถแปลงเป็นเงินสดได้เร็ว เพื่อใช้ในยามเกิดฉุกเฉินทุก เงินที่ได้จะจัดสรรมาลงทุนในส่วนนี้ประมาณ 30%

ส่วนรายได้ที่เหลือคิดเป็นสัดส่วน 40% จะนำมาลงทุนในส่วนที่สาม เป็นการลงทุนระยะยาว โดยจะลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ หรือการซื้อทองคำ

เลี้ยงแบรนด “คอนโด” ที่ติดตลาดราคาเวอร์!!!!

อสังหาฯ ผมเพิ่งเข้ามาเมื่อ 5-6 ปี ก่อนเป็นจังหวะที่คอนโด เริ่มบูมใหม่ๆ นับจากวิกฤติปี 2540 นอกจากทำเลแล้วจะหลีกเลี่ยงการซื้อแบรนดที่ติดตลาด เพราะราคาจะโอเวอร์ แต่จะเลือกลงทุนกับผู้ประกอบการหรือแบรนดระดับกลางๆ มีประสบการณ์ในการขึ้นโครงการ 2-3 โครงการที่มีโอกาสเติบโต มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจนจะเลือกซื้อช่วงเปิดตัวช่วงแรกๆ ราคาที่ซื้อจะต้องมีส่วนต่างที่พอทำกำไรได้

7. คุณจ๊ะจ๋า – พริมรดา เดชอุดม (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

พลังทวีของ “เงิน+เวลา” การควบคุมความเสี่ยงสร้างกระแสเงินสด... สร้างรายรับต่อเนื่อง “จะจ่ายอยากลงทุนเรื่องอสังหาริมทรัพย์อยู่แล้ว ถ้ามีคอนโดอันไหนขึ้นใหม่ก็อยากที่จะไปดูจะได้เก็งกำไรขึ้นมาจริงๆ จะจำถามคนอื่นเยอะมากเรื่องคอนโดและการตกแต่ง....” นั่นเป็นความฝันเล็กๆ ที่พร้อมจะสานฝันให้เกิดขึ้นจริงทันทีของ “จ๊ะจ๋า-พริมรดา เดชอุดม” นักแสดงสาวน่ารัก ตาโต แก้มใส ที่พร้อมเผยสไตล์การใช้เงินจากน้ำพักน้ำแรงในการสร้างพื้นฐานความมั่นคงให้กับชีวิตอย่างเป็นสัดส่วนอย่างน่าสนใจที่พอสรุปรวมความจากการสนทนาได้ภายใต้หลักที่ยึด คือ

พลังทวีของเงิน – พลังทวีของเวลา กระแสเงินสด และการควบคุมความเสี่ยง

พลังทวีของเงิน นั้นเป็นการลงทุนโดยใช้เงินของตัวเองให้น้อยที่สุดหรือเท่าที่จะทำได้ ที่เหลือแล้วค่อยหาแหล่งเงินอื่นมาเสริมซึ่งก็คงเหมือนกับคนทั่วไปที่นิยมกันก็คือ ธนาคาร และพลังของวันเวลาที่ผ่านไปก็จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มตามเวลา ซึ่งจะจำกัคิดเล่นๆ ว่าบ้าน คอนโดฯ ที่เธอมีอยู่นั้น นอกจากจะช่วยเติมเต็มसानฝันให้กับตนเองแล้ว หากยังไม่ขาย ลงทุนซื้อเก็บไว้ก็ถือว่าเป็นการออมเงินที่ดีอีกวิธีหนึ่ง ถือว่าเป็นการควบคุมความเสี่ยงหรือซื้อความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว

8. คุณจิรวัดณ์ เกตุแสง ไม่เสีย ถือว่า “คุ้ม” (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

รวม 18 ปีที่ “จิรวัดณ์ เกตุแสง” อยู่ในแวดวงอสังหาริมทรัพย์ตั้งแต่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ปี 2537 ในฐานะมนุษย์เงินเดือนลงทุนอสังหาฯที่สร้างผลตอบแทนอย่างคุ้มค่า ซึ่งเขาบอกว่านั้นเป็น Benefit จากประสบการณ์ทำงานด้านการตลาดในบริษัทอสังหาฯ ชำนาญทั้งที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและนอกตลาดหลักทรัพย์ที่มีผู้เล่นในตลาดมากมายสร้างสีสันเพิ่มความท้าทายมากขึ้นเรื่อยๆ

ด้วยเพราะเป็นคนทำงานกินเงินเดือนไม่ต่างจากคนทั่วๆ ไปในสังคมทำให้ต้องอยู่อย่างคนมีสติ มีความมุ่งมั่นทำวันนี้ให้ดี เพราะทุกสิ่งที่ทำในวันนี้ล้วนมีผลต่ออนาคต จิรวัดณ์ จัดสรรรายรับจะแบ่งไว้ค่อนข้างชัดเจน โดยส่วนใหญ่ 50% จะเก็บไว้ในรูปเงินฝากธนาคาร และประมาณ 25% จะเป็นการลงทุน ส่วนที่เหลืออีก 25% จะเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันทั่วๆ ไป เรื่องเงินทองเขาจึงยึดหลักว่า Slow But Sure ดีกว่า

“ผมทำงานด้านอสังหาฯ มาโดยตลอดลงทุนส่วนใหญ่เลยลงไปในด้านอสังหาฯ แทบทั้งหมดเลยก็ว่าได้”

ถ้าไม่รู้จริงอย่าทำ....ดูให้เป็น และต้องดูแล้วแตก ทั้งทำเล, ราคา, รูปแบบหรือแบบแปลนของห้องและเงื่อนไขการชำระเงิน นั้นเป็นอีกวิธีคิด ที่ใช้ในการลงทุนของ จิรวัดณ์ และในแง่มุมมองของผลตอบแทนการลงทุนไม่ใช่ว่าจะได้สูงเท่านี้เปอร์เซ็นต์หรือเท่านี้เปอร์เซ็นต์แต่ขึ้นอยู่กับความ “พอใจ” จุดคุ้มของการลงทุนคือ ไม่เสีย ก็ถือว่า “คุ้ม” แล้ว

9. คุณสุวรรณา พุทธประสาท – ชีวิต ออกแบบได้ (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

ความรู้-ชั่วโมงบิน-การตัดสินใจ ลงทุนแบบเน้นคุณค่า เก่งกำไร “คอนโดฯ” ทั้ง 2 เซ็ก

“สุวรรณา พุทธประสาท” ผู้บริหารหญิงแกร่งแห่งควอลิตี้เฮาส์ (QH) ได้เริ่มเตรียมความพร้อมหลังเกษียณของเธอในฐานะอินเวสเตอร์และนักเก็งกำไรอสังหาริมทรัพย์

ในฐานะที่ “สุวรรณา” สมาชิกครอบครัวแลนด์แลนด์เฮาส์ ลูกหม้อที่นายใหญ่ “อนันต์ อัครโกศล” ไว้วางใจในหลายบทบาททั้งในฐานะรองกรรมการผู้จัดการ บมจ.ควอลิตี้เฮาส์ (QH) และกรรมการอีกหลายบริษัทในเครือแลนด์แลนด์เฮาส์ ที่เธอยึดถือหลักคิดที่ว่า ชีวิตออกแบบได้ผ่านความรู้ (Knowledge), ชั่วโง่ง (Experience) และการตัดสินใจ (Decision)

นอกจากที่ดินเปล่า และตึกแถวที่ลงทุนซื้อและมีในมือแล้ว ยังมีคอนโดที่อยู่ในย่านธุรกิจตามแนวรถไฟฟ้า และเป็นการลงทุนระยะยาว (Long Term) โดยคอนโดที่ซื้อ มีทั้ง 3 ตลาดคือ

- 1) ตลาดล่าง ราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาท หรือไม่เกิน 30,000 บาท/ตร.ม.
- 2) ตลาดกลาง ราคา 3-4 ล้านบาทหรือไม่เกิน 80,000-90,000 บาท/ตร.ม.
- 3) ตลาดบน ราคาประมาณ 6 ล้านบาท หรือ 1 แสนบาท/ตร.ม.

การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เป็นสิ่งที่ “สุวรรณา” เชี่ยวชาญอย่างรู้แจ้ง และนำความเชี่ยวชาญนั้นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการลงทุนของตัวเอง

10. คุณศิลัมพา เลิศนุวัฒน์ – ลูกสาวนักการเมือง หลงเสน่ห์ลงทุนอสังหาฯ (<http://www.pydesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

ท่าเล – สภาพการตลาด, ผลตอบแทน – ชื่อเสียงผู้ประกอบการ, ความพร้อมของตัวเอง (ผู้บริโภค) หลักการ 5 ข้อ...ปัจจัยพื้นฐานที่ดีนำไปสู่ความสำเร็จ

ใครๆ ก็มีฝันอยากมีอิสระในการเลือกใช้ชีวิตอย่างที่ตัวเองต้องการเช่นเดียวกับ “คุณก๊อฟ-ศิลัมพา เลิศนุวัฒน์” ดิกรีนักเรียนนอกจบปริญญาโท ด้านกฎหมายจาก Case Western Reserve University รัฐ Ohio สหรัฐอเมริกา บุตรสาวนักการเมือง “คุณสัมพันธ์ เลิศนุวัฒน์” ที่นอกจากจะสานต่อธุรกิจครอบครัวและบริหารโรงเรียนอนุบาลเลิศนุวัฒน์แล้ว ตอนนี้เธอยังมาซื้ออสังหาริมทรัพย์เก็บเป็นทรัพย์สินและเริ่มที่จะหลงรักกับการลงทุนประเภทนี้เข้าแล้ว ทั้งนี้เพราะผลตอบแทนที่ได้เพิ่มขึ้นหากมีการซื้อขายเปลี่ยนมือกันในโครงการ

“จริงๆ แล้วติดตามคอนโดมานานแล้วและหาข้อมูลมาตลอด”

ในฐานะที่เป็นผู้บริโภครายย่อย จะต้องทำความเข้าใจด้านปัจจัยพื้นฐานให้ดีหลักๆ จะดู 5 ข้อ

- 1) ท่าเลหรือที่ตั้งโครงการนั้นๆ
- 2) หากจะซื้อลงทุนในรูปแบบปล่อยเช่า จะต้องดูสภาพตลาดเช่าในทำเลย่านนั้นว่าอัตราค่าเช่าอยู่ที่เท่าไร กลุ่มผู้เช่าเป็นใคร
- 3) ผลตอบแทนที่ได้เมื่อเทียบกับการลงทุนประเภทอื่นๆ หรือเมื่อเทียบกับรูปแบบการฝากเงินกับธนาคาร

4) ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ และ

5) ความพร้อมของตัวเอง (ผู้ประกอบการ) ด้านรายได้

11. คุณกรุณา โอโตยาม่า – คนญี่ปุ่นลงทุนคอนโดฯไทย (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

เพราะรักประเทศไทย ชอบทุกอย่างที่เป็นไทยลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ (คอนโดฯ) ในไทยต้นทุนต่ำซื้อแล้วอยู่เอง-ลงทุนสัดส่วน 30 ต่อ 70 ไทยพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ค่าครองชีพยังค่อนข้างถูก AEC เปิดกรุงเทพฯ จะเข้าสู่ตลาดลงทุนอย่างเต็มระบบ

จากเหตุการณ์สึนามิ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ค่าเงินเยนอ่อนลง งานหายาก จะมีผลให้ญี่ปุ่นย้ายฐานการผลิตมาประเทศไทยไหม และชาวญี่ปุ่นจะมาอาศัยในประเทศไทยมากขึ้นไหม...ทำเลย่านไหน?? จะเป็นชุมชนใหม่ของชาวญี่ปุ่น

ทุกคำถาม “กรุณา โอโตยาม่า” (Karunaa Otoyama) ชาวญี่ปุ่นที่อยู่เมืองไทยมาร่วม 6 ปี พร้อมตอบ “ในทุกๆ ทำเลที่ชาวญี่ปุ่นเลือกอาศัยจะใกล้ที่ทำงานและเลือกในบริเวณใกล้รถไฟฟ้าเอ็มอาร์ทีและบีทีเอสในรัศมีไม่เกิน 1 กม.โดยคอนโดที่ชาวญี่ปุ่นสนใจซื้อนั้น หากเป็นการซื้อเพื่อลงทุนจะเป็นห้องเล็กพร้อมอยู่ขนาดพื้นที่ใช้สอย 25-30 ตร.ม. แบบสตูดิโอ หรือแบบ 1 ห้องนอน แต่หากเป็นการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเองจะชอบขนาดพื้นที่ใช้สอย 50-60 ตร.ม. และชอบที่จะซื้อเฟอร์นิเจอร์มาตกแต่งเอง ส่วนราคาที่ซื้อนั้นประมาณ 80,000 บาท/ตร.ม.”

12. คุณวรพจน์ เตชะไพฑูริย์ – ทุกการลงทุนต้องตอบใจthyครบ (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

ไล่เกชันเสริมด้วยแบรนด์แล้วคุณภาพ+ราคา มองระยะยาวดูเทรนด์ตลาดปล่อยเช่าหรือขายต่อจงคิดอย่าง “ผู้นำ” ต้องรู้จักที่จักระวัง “ตัวเอง” ก่อนที่จะระวัง “ผู้อื่น”

“วรพจน์ เตชะไพฑูริย์” เป็น 1 ใน 100 เซเลบริตีที่น่าจับตามองที่สุดปี 2012 ในฐานะผู้บริหารและเป็นทายาทสุดเลิฟของอดีตผู้บริหารและเจ้าของ บริษัท ศรีนครการโยธา จำกัด “อัจฉรา เตชะไพฑูริย์” ปัจจุบันหนุ่มวัย 28 ปี คนนี้ขยันทำธุรกิจสารพัดอย่าง สุ่มหมวกหลายใบในหลายบริษัททั้งเป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัท วิดีโอ จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการวางกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้กับลูกค้าธุรกิจด้านการวางกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้กับลูกค้าธุรกิจต่างๆ ผู้อำนวยการและหุ้นส่วนบริษัท วิคตอรี โฮลดิ้ง จำกัด ซึ่งบริหาร สกายคิก อารีน่า บางนา ฯลฯ ลงทุนในตลาดหุ้น รวมถึงการควักกระเป๋าลงทุนซื้อห้องชุดในโครงการคอนโดมิเนียมหลายแห่ง

“จริงๆ แล้วผมไฟवेशู่มาก ในการอยู่อาศัยผมได้ต้องการออกจากลิฟต์หรือจากห้องแล้วมาเจอกับคนเป็นร้อยๆ คนต่อตึก”

ในการเลือกซื้อคอนโดฯ สักแห่งนั้นไม่ได้มองแค่สวย แต่มองลึกมากกว่านั้นคือสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และชีวิตประจำวัน สะดวกใกล้แหล่งธุรกิจและแหล่งช้อปปิ้ง รวมถึงสถานที่สำคัญต่างๆ โดยเฉพาะโครงการที่อยู่บนทำเลที่ดีและสามารถให้คุณภาพชีวิตที่ดีแก่ลูกบ้านทั้งวัสดุที่เลือกใช้ การออกแบบโครงการและการตกแต่งภายใน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสบายภายในโครงการต่างๆ

นอกจากโลเกชั่นและราคาแล้วยังให้ความสำคัญลึกถึง คอร์ปอเรตแบรนด์ เจ้าของโครงการหรือดีเวลลอปเปอร์รายนั้นๆ ให้ความสำคัญหรือเปล่า เพราะว่าเขามีประสบการณ์จากการประกาศขายห้องชุดระหว่างแบรนด์ในเนมกับแบรนด์ที่เจ้าของโครงการทึ่มสร้างแบรนด์นั้นมีความต่างกันมาก ทั้งระยะเวลาที่ขายได้กับส่วนต่างกำไรหรือราคาที่ยาว พบว่าห้องชุดในแบรนด์ หรือในเนมขายยากมาก ต่างโครงการที่เจ้าของโครงการสร้างแบรนด์มาตลอดจะมีแนวโน้มในการขายได้มากกว่า

13. คุณณัฐชัย เลิศประสพสุข – ความมั่นคง...ไม่มีคำว่าบังเอิญ (<http://www.pyedesign.net>, อินเทอร์เน็ต 13 กุมภาพันธ์ 2559)

เปิดประตูสู่โอกาสยึดหลักพุทธปรัชญา ลงทุนระยะยาวกุญแจสู่ความมั่งคั่ง

“ณัฐชัย เลิศประสพสุข” ความสำเร็จในชีวิตเปรียบได้กับการเดินทางไปสู่ที่ใดที่หนึ่ง การเดินทางนั้นจะต้องมีจุดเริ่มต้น จุดมุ่งหมายปลายทาง และวิธีการจะเดินทางไปให้ถึงจุดหมายนั้น “ไม่มีคำว่าบังเอิญ ต้องตั้งด้วยตัวของตัวเอง ไม่ใช่คนอื่นตั้งให้”

จากนักปั้นตัวแทนขายประกันด้วยในฐานะผู้อำนวยการภาคอุไรของ บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชั่นแนล แอสซิวรันส์ จำกัด หรือ AIA ที่เขาเดินสายขึ้นเหนือลงใต้เป็นวิทยากรรับเชิญอบรมสมาชิกแทบไม่มีวันหยุด แต่หากถามถึงวัตถุประสงค์หรือมุมมองในการออมและลงทุนแล้ว “ณัฐชัย” มีมุมมองและให้แง่คิดที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

“ลงทุนในรูปแบบเงินต่อเงินผ่านการซื้อคอนโดฯ สำหรับลงทุนปล่อยเช่า เพราะ “ดีกว่า” ฝากแบงก์, ความเสี่ยงน้อย คอนโดที่ซื้อไว้อย่างไรเสียก็เป็นทรัพย์สินที่สามารถเก็บไว้ได้ไม่เน่า ไม่เสีย และหากมีคนมาเช่าก็สามารถนำค่าเช่าที่ได้ไปผ่อนชำระกับแบงก์ หรือพูดง่ายๆ คือให้คนเช่าผ่อนตัวเอง”

ชีวิตต้องมีเป้าหมายชัดเจนจะต้องไม่ลงทุนแบบสะเปะสะปะเขาจึงเริ่มเลือกโครงการคอนโดมิเนียมที่อยู่ติดถนนใหญ่แนวรถไฟฟ้า โครงการนั้นจะต้องพัฒนาโดยผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง มีประสบการณ์ในการลงทุนหรือพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีการบริหารงานด้านนิติบุคคลอาคารชุดที่ดีและราคาที่ตั้งขายหรือเปิดตัวไม่แพงเวอร์ ซึ่งผู้ที่คิดจะลงทุนต้องพร้อมหาข้อมูลประกอบก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

ทั้งนี้เพราะการซื้อสังหาริมทรัพย์ถือเป็นการออมที่ดีที่สุดอีกวิธีหนึ่ง ขณะเดียวกันยังสามารถมอบเป็นมรดกต่อให้กับทายาทได้ด้วย

6. แนวคิดและทฤษฎีหลักการลงทุน

การลงทุน (investment) หมายถึง การกักเงินไว้จำนวนหนึ่ง ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้เกิดกระแสเงินสดรับในอนาคตซึ่งจะชดเชยให้แก่ผู้กักเงิน โดยกระแสเงินสดรับนี้ควรคุ้มกับอัตราเงินเฟ้อ และคุ้มกับความไม่แน่นอนที่จะเกิดแก่เงินสดรับในอนาคต (จิรรัตน์ สังข์แก้ว 2544)

การลงทุน หมายถึง เมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีรายได้ (Current Income) สูงกว่า รายจ่าย (Current Consumption) บุคคลนั้นก็จะจะมีเงินที่เหลือใช้ (Excess Money) และมักนำเงินที่เหลือใช้นั้นไปหา ประโยชน์และผลตอบแทน (Return) เพื่อให้เงินที่เหลือใช้นั้นออกเงยเพิ่มพูน ซึ่งการหาผลประโยชน์ตอบแทนอาจจะเป็นในรูปแบบ ฝากเงิน (Saving) กับสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงหรือนำไป ลงทุน (Investment) ในตลาดทุนก็ได้ โดยบุคคลนั้นมีความคาดหวังว่า จะนำเอาเงินต้น และ ดอกผลที่ออกเงยไปใช้ในการอุปโภคบริโภคที่ตนตั้งเป้า หมายไว้ในอนาคต ฉะนั้น จึงมีคำกล่าวว่าการออมหรือการลงทุน เกิดขึ้นจากการที่บุคคลหนึ่งๆ ยอมเสียสละ (Trade Off) การอุปโภคบริโภคในอนาคต (Future Consumption) ที่ดีกว่านั่นเอง” (นิภา วงศ์ประเสริฐ. 2548: 20-21; อ้างอิงจาก สมาคมบริษัทจัดการลงทุน. 2545)

การลงทุน หมายถึง การระดมทุนในช่วงระยะเวลาหนึ่งของเงินลงทุนจำนวนหนึ่ง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนในอนาคตที่มากพอจะชดเชยกับภาระผูกพันในช่วงระยะเวลานำเงินมาลงทุนอัตราเงินเฟ้อ และความไม่แน่นอนในอนาคตของเงินลงทุนจำนวนนั้น (ชิตพิทักษ์ วรารัตน์นิธิกุล. 2550: 5; อ้างอิงจาก Reilly. 1979)

การลงทุนหรือการออมเพื่อให้เกิดผลออกเงยในอนาคตสามารถทำได้หลายรูปแบบ อาทิ การที่ผู้บริโภคซื้อ บ้านและที่ดิน การลงทุนในหลักทรัพย์ หรือการซื้อสินค้าคงทนถาวร เช่นเครื่องใช้ไฟฟ้า ของตกแต่งบ้าน ภาพเขียน โดยนักลงทุนจะตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์หรือหลักทรัพย์ใด มีแนวคิดหลักแตกต่างกันไปขึ้น กับผลตอบแทน ระดับความเสี่ยง และระยะเวลาการลงทุน แต่นักลงทุนมีจุดมุ่งหมายในการลงทุนที่เหมือนกันคือ การต้องการได้รับผลตอบแทนในอัตราสูงสุดจากการลงทุนที่ตนเลือก ณ ระดับความเสี่ยงหนึ่ง (maximized return at assumed risk) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อสมมติที่ว่า ผู้ลงทุนเป็นผู้ที่ไม่ชอบความเสี่ยง (risk averse) นั่นคือ หากการลงทุนใดมีความเสี่ยงสูง ผู้ลงทุนย่อมต้องการผลตอบแทนสูง เพื่อชดเชยความเสี่ยง หากการลงทุนใดมีความเสี่ยงน้อยแม้อัตราผลตอบแทนไม่มากนัก ผู้ลงทุนก็ยอมรับได้ ผลตอบแทนและความเสี่ยงจึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ในทุกครั้งที่มีการลงทุนย่อมมีความเสี่ยงจากปัจจัยต่างๆ อยู่เสมอ การหลีกเลี่ยงหรือลดอัตราความเสี่ยงสามารถทำได้ด้วยการศึกษาหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ การลงทุนในกองทุนรวมนั้นเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถลดความเสี่ยงจากการลงทุนได้ เนื่องจากผู้บริการกองทุนรวมเป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องหลักการลงทุนและการกระจายความเสี่ยงจากการลงทุน ถึงกระนั้น ผู้ลงทุนก็ต้องเลือกกองทุนรวมที่มีการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วก็จะก่อให้เกิดการพัฒนาตลาดทุนและเศรษฐกิจแก่ประเทศอย่างยั่งยืนและมีเสถียรภาพ

ประเภทของการลงทุน แบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ คือ (เพชรี ชุมทรัพย์, 2544 อ้างถึงใน อรรถสิทธิ์ บุตรพรหม 2547: 1-2)

1. การลงทุนเพื่อการบริโภค (Consumer Investment)
2. การลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment)
3. การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment)

การลงทุนเพื่อการบริโภค (Consumer Investment) การลงทุนของผู้บริโภคจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการซื้อสินค้าประเภทคงทนถาวร (Durable Goods) เช่น รถยนต์ เครื่องดูดฝุ่น เครื่องซักผ้า ตู้เย็น โทรทัศน์ เป็นต้น การลงทุนในลักษณะนี้ไม่ได้หวังในกำไรในรูปของตัวเงิน แต่ผู้ลงทุนหวังความพอใจในการใช้สินทรัพย์เหล่านั้นมากกว่า

การซื้อบ้านเป็นที่อยู่อาศัยถือได้ว่าเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งของผู้บริโภค หรือที่เรียกว่าลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Investment) เงินที่จ่ายซื้อเป็นเงินที่ได้จากการออม การซื้อบ้านเป็นที่อยู่อาศัยนอกจากจะให้ความพอใจแก่เจ้าของแล้ว ในกรณีที่อุปสงค์ (Demand) ในที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นมากกว่าอุปทาน (Supply) มูลค่าของบ้านที่ซื้อไว้อาจสูงขึ้น หากขายจะได้กำไรซึ่งถือได้ว่าเป็นเพียงผลประโยชน์ได้

การลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment) การลงทุนในความหมายเชิงธุรกิจหมายถึง การซื้อทรัพย์สินเพื่อประกอบธุรกิจหารายได้ โดยหวังว่าอย่างน้อยสุดรายได้ที่ได้นี้เพียงพอที่จะชดเชยกับความเสี่ยงในการลงทุน มีข้อสังเกตว่าเป้าหมายในการลงทุนของธุรกิจคือ กำไรกำไรจะเป็นตัวดึงดูดผู้ลงทุนนำเงินมาลงทุน การลงทุนตามความหมายนี้จะกล่าวโดยสรุปได้ว่าเป็นการนำเงินออม (Saving) หรือเงินที่สะสมไว้ (Accumulated Fund) และ/หรือเงินกู้ยืมจากธนาคาร (Bank Credit) มาลงทุนเพื่อจัดสร้างหรือจัดหาสินค้าประเภททุน ซึ่งประกอบด้วยเครื่องจักร อุปกรณ์และสินทรัพย์ประเภทอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ การลงทุนในที่ดิน โรงงาน และอาคารสิ่งปลูกสร้าง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจที่ลงทุนในสินทรัพย์เหล่านี้มุ่งหวังกำไรจากการลงทุนเป็นผลตอบแทน

การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment) การลงทุนตามความหมายทางการเงินหรือการลงทุนในหลักทรัพย์ที่เป็นการซื้อหลักทรัพย์ (Assets) ในรูปของหลักทรัพย์ (Securities) เช่น พันธบัตร (Bond) หุ้นกู้หรือหุ้นทุน (Stock) การลงทุนในลักษณะนี้เป็นการลงทุนทางอ้อมซึ่งแตกต่างจากการลงทุนทางธุรกิจ ผู้มีเงินออมเมื่อไม่ต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเอง

เนื่องจากมีความเสี่ยงหรือผู้ออมยังมีเงินไม่มากพอ ผู้ลงทุนอาจนำเงินที่ออมได้จะมากหรือน้อยก็ตามไปซื้อหลักทรัพย์ที่เขาพอใจที่จะลงทุน โดยให้ผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยหรือเงินปันผลแล้วแต่ละประเภทหลักทรัพย์ที่ทำการลงทุน นอกจากนี้ ผู้ลงทุนอาจจะได้ผลตอบแทนอีกลักษณะหนึ่งก็คือ กำไรจากการขายหลักทรัพย์ (Capital Gain) หรือการขาดทุนจากการขายหลักทรัพย์ (Capital Loss) อัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้จากการลงทุนที่เรียกว่า Yield ซึ่งไม่ได้หมายถึงอัตราดอกเบี้ยหรือเงินปันผลที่ได้รับเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้คำนึงถึงกำไรจากการขายหลักทรัพย์หรือขาดทุนจากการขายหลักทรัพย์ที่เกิดขึ้นหรือที่คาดว่าจะเกิดขึ้น Yield ที่ผู้ลงทุนได้จากการลงทุน ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ย่อมขึ้นอยู่กับความเสี่ยง (Risk) ของหลักทรัพย์ที่ลงทุนนั้นๆ โดยปกติแล้วผู้ลงทุนพยายามเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด ณ ระดับความเสี่ยงหนึ่งการลงทุนในหลักทรัพย์ หมายถึง การซื้อหลักทรัพย์ที่ผู้ลงทุนมีความพึงพอใจในอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ ทั้งนี้ผู้ลงทุนได้มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดระยะเวลาที่ลงทุน

แนวความคิดในการลงทุน (ซิติพัทธ์ วรรัตน์นิกุล 2550) การลงทุนเกิดขึ้นได้เมื่อผู้มีเงินออมได้นำเงินออมเหล่านั้นไปลงทุนในสินทรัพย์ เช่น ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร เพื่อผลิตสินค้าออกสู่ตลาด แต่ผู้มีเงินออมบางรายไม่มีความสามารถและประสบการณ์ที่ดีพอในการประกอบอาชีพด้วยตนเอง จึงมีการนำเงินออมเหล่านั้นไปฝากไว้กับสถาบันการเงิน เพื่อให้สถาบันการเงินทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้มีเงินออมและผู้ลงทุน นอกจากนั้นยังมีการลงทุนอีกลักษณะหนึ่งคือ การนำเอาเงินออมไปซื้อหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ เงินลงทุนประเภทนี้นับว่าเป็นส่วนช่วยให้ธุรกิจต่างๆ สามารถขยายตัวได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่มทุนของกิจการจนกิจการมีขนาดใหญ่ขึ้น ผลทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศมวลรวมขยายตัวดีขึ้น ความมั่งคั่งของประชากร ฐานะทางการเงิน การนำเข้า และการส่งออก ฯลฯ ก็ดีตามไปด้วย

นักลงทุนทุกรายจะนำเอาเงินออมส่วนเกินที่เหลือจากการใช้จ่ายใช้สอย ไปลงทุนในรูปแบบที่ต่างกันไปตามความสามารถและประสบการณ์ที่แต่ละคนถนัด เพราะในสถานการณ์ความเป็นจริงในการดำรงชีพ รายได้และค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะไม่สมดุลกันอย่างพอดี ถ้ามีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภค บุคคลนั้นจะเหลือไว้เป็นเงินออมและจะเอาเงินออมออกมาใช้ในอนาคตเมื่อมีความต้องการในการบริโภคที่มากกว่ารายได้ที่ได้รับ หรือมิฉะนั้นเขาอาจจะทำเงินออมให้มั่งคั่งมากขึ้นโดยการนำไปลงทุนดีกว่าจะใช้นำมาบริโภค เพราะฉะนั้นจะต้องพิจารณาว่าจะใช้บริโภคดีหรือเก็บไว้หา

ดอกผลแล้วจึงใช้บริโภคในอนาคตที่ดีกว่า แนวคิดอันนี้จึงเป็นสาระที่สำคัญของการออมและการลงทุน ในทางตรงกันข้ามถ้ามีรายได้น้อยกว่ารายจ่ายในการบริโภคบุคคลผู้นั้นก็ต้องกู้ยืมเงินมาเพื่อใช้ในการบริโภค หรือมิฉะนั้นก็กู้ยืมเงินมาลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทนในอัตราที่สูงกว่าอัตราเงินกู้ยืม

ดังนั้นการลงทุนจึงเป็นการที่บุคคลยอมสละความสุขหรือความพอใจในการบริโภคหรือใช้ประโยชน์จากรายได้ที่มีในปัจจุบัน เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์หรือดอกผลที่พึงได้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถได้รับความสุขหรือความพอใจในการบริโภคในอนาคต โดยการนำรายได้ในปัจจุบันที่เหลือเป็นเงินออมไปลงทุนนั่นเอง

ความสำคัญของการลงทุน (ชิตีพัทธ์ วรารัตน์นิกุล. 2550)

การลงทุนเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งสำหรับระบบเศรษฐกิจ และสังคมในปัจจุบัน เพราะการลงทุนก่อให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนั้นยังทำให้มีการจ้างงานทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการยกฐานะความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น และการลงทุนยังก่อให้เกิดการเพิ่มพูนของเงินตรา เมื่อมีการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ หากไม่มีการลงทุน ประชาชนย่อมต้องประสบปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนสินค้าอุปโภคบริโภค ประชาชนส่วนหนึ่งต้องประสบปัญหาการว่างงาน ผลที่ตามมาคือปัญหาความยากจน ฐานะความเป็นอยู่ของประชาชนจะเลวลง ซึ่งมีผลกระทบต่อบรรยากาศเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศด้วย จึงนับว่า การลงทุนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อประเทศชาติเป็นอย่างมาก

ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม ประชาชนมีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะผู้บริโภคและในฐานะผู้ประกอบการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการ ผู้ลงทุนประกอบธุรกิจหรืออุตสาหกรรมหวังที่จะได้รับผลกำไรเป็นสิ่งตอบแทน ภาครัฐบาลจะอำนวยความสะดวกให้ในด้านสาธารณูปโภคที่สำคัญให้แก่ประชาชน เช่น การสร้างถนนหนทาง การชลประทาน ประปา ไฟฟ้าการติดต่อสื่อสาร ฯลฯ ดังนั้นการลงทุนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือภาคเอกชน ที่ประกอบการในด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรม หรือพาณิชยกรรมล้วนแต่มีผลกระทบต่อบรรยากาศเศรษฐกิจและสังคมของประเทศทั้งสิ้น

กล่าวโดยสรุป การลงทุนมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังต่อไปนี้

1. ก่อให้เกิดรายได้ เมื่อมีการลงทุนทางธุรกิจหรือเศรษฐกิจ ผู้ลงทุนย่อมได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของกำไร เงินปันผล หรือดอกเบี้ย นอกจากนั้นการลงทุนยังก่อให้เกิดการจ้างงาน ทำให้ประชาชนมีรายได้ ผลตอบแทนที่ประชาชนได้รับดังได้กล่าวมาแล้วย่อมทำให้ประชาชนเหล่านั้นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2. ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การลงทุนก่อให้เกิดการจ้างงานทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น อำนาจซื้อย่อมสูงขึ้นด้วย ทำให้ผู้ลงทุนผลิตสินค้าเพื่อสนองความต้องการเพิ่มขึ้น

เรื่อยๆ และมีรายได้ส่วนหนึ่งที่เหลือจากการบริโภคที่อยู่ในรูปของเงินออมของประชาชนก็จะไหลเวียนไปสู่ผู้ลงทุนอีกในรูปของเงินกู้ยืม หรือการลงทุนซื้อหลักทรัพย์จากธุรกิจโดยตรง ผู้ที่ต้องการใช้เงิน เมื่อได้รับเงินก็อาจจะไปใช้ขยายโรงงานหรือปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ทำให้มีผลผลิตเพิ่มมากขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในภาครัฐบาลหรือภาคเอกชน การลงทุนในประเทศหรือต่างประเทศ ล้วนแล้วแต่มีผลทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศทั้งสิ้น

จุดมุ่งหมายในการลงทุน (อรรถสิทธิ บุตรพรหม. 2547; อ้างอิงจาก เพชร ชุมทรัพย์. 2544)

จุดมุ่งหมายในการลงทุนจะแตกต่างกันไประหว่างผู้ลงทุนแต่ละท่าน ผู้ลงทุนบางท่านลงทุนเพื่อหวังรายได้ บางท่านหวังได้รับกำไรจากการขายหลักทรัพย์ และบางท่านอาจต้องการได้ทั้งสองอย่าง ดังนั้น ผู้ลงทุนแต่ละท่านต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนของตนเองตามความต้องการและภาวะแวดล้อมของผู้ลงทุนซึ่งพอจะแบ่งจุดมุ่งหมายดังกล่าวในลักษณะต่างๆ ได้ ดังนี้

1. ความปลอดภัยของเงินลงทุน (Security of Principal) ความปลอดภัยของเงินลงทุน นอกจากจะหมายถึงการรักษาเงินลงทุนเริ่มแรกให้คงไว้แล้วถ้ามองให้ไกลอีกนิด ยังหมายถึงความถึงการป้องกันความเสี่ยงซึ่งเกิดจากอำนาจซื้อที่ลดลงเป็นผลจากภาวะเงินเฟ้ออีกด้วย จากความหมายดังกล่าว การลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีกำหนดระยะเวลาคืนเงินต้นจำนวนแน่นอน ซึ่ง ได้แก่ พันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้และหุ้นบริษัทยield ที่มีกำหนดเวลาไถ่ถอนของบริษัทที่มั่นคงก็อยู่ในความหมายนี้ นอกจากนี้ การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทที่มีฐานะมั่นคงและกำลังขยายตัวก็อยู่ในความหมายนี้เช่นกัน

2. เสถียรภาพของรายได้ (Stability of Income) ผู้ลงทุนมักจะลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้สม่ำเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากรายได้ที่สม่ำเสมอ เช่น อัตราดอกเบี้ย หรือเงินปันผล หุ้นบริษัทยield ผู้ลงทุนสามารถทำแผนการใช้เงินลงทุนได้ว่า เขานำรายได้ที่ได้นี้ไปใช้เพื่อการบริโภคหรือเพื่อลงทุนใหม่ต่อไป นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยหรือเงินปันผลที่ได้รับเป็นประจำย่อมมีค่ามากกว่าดอกเบี้ยหรือเงินปันผลที่เขาสัญญาว่าจะให้ในอนาคตซึ่งยังไม่แน่ว่าจะได้ตามที่เขาสัญญาหรือไม่

3. ความมั่งคั่งของเงินลงทุน (Capital Growth) ตามกฎทั่วไปแล้ว ผู้ลงทุนมักจะตั้งจุดมุ่งหมายว่าพยายามจัดการให้เงินลงทุนของเขาเพิ่มพูนขึ้น ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าความมั่งคั่งของเงินลงทุนที่จะเกิดขึ้นได้จากการลงทุนในหุ้นของบริษัทที่กำลังขยายตัว (Growth Stock) เท่านั้นการนำรายได้ที่ได้รับไปลงทุนใหม่ ก็จะก่อให้เกิดการมั่งคั่งของเงินลงทุนได้พอดีๆ กับการลงทุนในหุ้นของบริษัทที่กำลังขยายตัว ผู้ลงทุนส่วนมากจะเพิ่มมูลค่าของเงินลงทุนของเขาโดยการนำดอกเบี้ยและเงินปันผลที่ได้รับไปลงทุนใหม่ ความมั่งคั่งของเงินลงทุนนี้ให้ประโยชน์แก่ผู้ลงทุนในแง่ที่ว่า (1) เพื่อปรับฐานะผู้ลงทุนในระยะยาวให้ดีขึ้น (2) เพื่อรักษาอำนาจซื้อให้คงไว้ (3) เพื่อให้การจัดการคล่องตัวดีขึ้น

4. ความคล่องตัวในการซื้อขาย (Marketability) หมายถึงหลักทรัพย์ที่สามารถซื้อหรือขายได้ง่ายและรวดเร็ว ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับราคา ขนาดของตลาดหลักทรัพย์ที่หุ้นนั้นจดทะเบียนขนาดของ บริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ จำนวนผู้ถือหุ้นและความสนใจที่ประชาชนทั่วๆ ไปมีต่อหุ้นนั้นหุ้นที่มีราคาสูง มักจะขายได้ยากกว่าหุ้นที่มีราคาต่ำกว่า ยกตัวอย่างง่ายๆ หุ้นราคา 500 บาท ย่อมขายได้ยากกว่าหุ้น ราคา 50 บาท เป็นต้นสถานที่ซื้อขายหุ้นก็มีส่วนที่ทำให้หุ้นขายได้คล่อง หุ้นที่ซื้อขายใน New York Stock Exchange หรือ American Stock Exchange ย่อมให้ข้อมูลแก่ผู้ลงทุนมากกว่าและขายได้เร็วกว่าหุ้นที่ซื้อขายในตลาดหุ้นเล็กๆ หุ้นของบริษัทขนาดใหญ่จำหน่ายได้ยากกว่าหุ้นของบริษัทขนาดเล็ก ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่มีหุ้นออกจำหน่ายจำนวนมาก ทำให้การซื้อขายดำเนินติดต่อกันตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้หุ้นของบริษัทขนาดใหญ่จึงมีความคล่องตัวมากกว่า

5. ความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที (Liquidity) เมื่อหลักทรัพย์ที่จะลงทุนมี Liquidity สูง ความสามารถในการหากำไร (Profitability) ก็ย่อมจะลดลง ผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มี Liquidity หรือหลักทรัพย์ที่ใกล้เคียงกับเงินสด เพราะหวังว่าหากโอกาสลงทุนที่น่าดึงดูดใจมาถึง เขาจะได้มีเงินพร้อมที่จะลงทุนได้ทันที การจัดการสำหรับเงินทุนส่วนนี้ ผู้ลงทุนอาจจะแบ่งปันปันส่วนจากเงินลงทุนเพื่อการนี้โดยเฉพาะหรืออาจใช้เงินปันผลหรือดอกเบี๋ยที่ได้รับมาเพื่อซื้อหุ้นใหม่ดังกล่าวก็ได้

6. การกระจายเงินลงทุน (Diversification) วัตถุประสงค์ใหม่ก็คือต้องการที่จะกระจายความเสี่ยงและการกระจายความเสี่ยงลงทุนในหลักทรัพย์กระทำได้ 4 วิธี คือ

6.1 ลงทุนผสมระหว่างหลักทรัพย์ที่มีหลักประกันในเงินลงทุนและมีรายได้จากการลงทุนแน่นอนกับหลักทรัพย์ที่มีรายได้และราคาเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามภาวะธุรกิจ

6.2 ลงทุนในหลักทรัพย์หลายอย่างปนกันไป

6.3 ลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีความแตกต่างทางด้านภูมิศาสตร์เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องน้ำท่วมหรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น

6.4 ลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีลักษณะการผลิตที่ต่างกันแบบ vertical หรือ horizontal ถ้าเป็น vertical หมายถึงการลงทุนในธุรกิจต่างๆ ตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงสำเร็จรูป ถ้าเป็นแบบ horizontal เป็นการลงทุนในกิจการที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกัน

7. ความพอใจในด้านภาษี (Favorable Tax Status) สถานะการจ่ายภาษีของผู้ลงทุนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับผู้บริหารลงทุนต้องให้ความสนใจ ปัญหาคือว่าจะทำอย่างไรจึงจะรักษารายได้และกำไรจากการขายหลักทรัพย์ (Capital Gain) ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ การจ่ายภาษีในอัตรา ก้าวหน้าจากเงินได้พึงประเมินทำให้ยากแก่การรักษาจำนวนรายได้นั้นไว้ ผู้ลงทุนอาจเลี่ยงการเสียภาษีได้จากเงินได้พึงประเมินดังกล่าว โดยทำการลงทุนในพันธบัตรที่ได้รับการยกเว้นภาษีหรือซื้อหลักทรัพย์

ที่ไม่มีการจ่ายเงินปันผลในเวลานี้ แต่จะได้ในรูปกำไรจากการขายหลักทรัพย์ในอนาคต สำหรับในต่างประเทศอัตราภาษีที่เก็บจากกำไรจากการขายหลักทรัพย์นั้นต่างกัน กำไรจากการขายหลักทรัพย์ที่ได้จากการขายสินทรัพย์ประเภททุน (Capital Assets) ผู้ที่ลงทุนครอบครองไว้เป็นเวลา 6 เดือนหรือนานกว่านี้ จะเสียภาษีในอัตราสูงสุดที่ 25% ในการบริหารเงินลงทุน ผู้จัดการเงินลงทุนต้องดูว่า ผู้ลงทุนท่านนี้ต้องเสียภาษีเงินได้ในอัตราสูงสุดเท่าไร ถ้าเข้าเสียภาษีในอัตรา 50% หรือสูงกว่า 50% แล้ว เขาควรลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้กำไรจากการขายหลักทรัพย์หรือพันธบัตรที่ได้รับการยกเว้นภาษี

ปัจจัยที่ตัวกำหนดจุดมุ่งหมายของผู้ลงทุน (นิภา วงศ์ประเสริฐ. 2548) ประกอบด้วย

1. อายุ (The Age of Investor) ผู้ลงทุนที่อายุน้อยมักกล้าเสี่ยง และสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความมั่งคั่งแก่เงินลงทุนมากกว่าผู้ลงทุนที่สูงอายุซึ่งมักสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ประจำและความเสี่ยงต่ำ
2. การมีครอบครัวและความรับผิดชอบที่มีต่อครอบครัว (Marital Status and Family Responsibilities) ผู้ลงทุนที่มีครอบครัวและต้องรับผิดชอบครอบครัว ทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำและให้รายได้ที่แน่นอน ในขณะที่คนโสดไม่มีภาระผูกพันยอมลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้
3. สุขภาพของผู้ลงทุน (The Health of the Investor) ผู้ลงทุนที่สุขภาพไม่สมบูรณ์ย่อมต้องการรายได้ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (Current Income) มากกว่าหวังผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
4. นิสัยส่วนตัวของผู้ลงทุน (Personal Habit) เช่น ผู้ลงทุนที่มีนิสัยตระหนี่อาจไม่มีความจำเป็นต้องใช้รายได้ที่ได้รับจากการลงทุนจึงอาจลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีการขยายตัวในอนาคตได้ ในขณะที่ผู้ลงทุนที่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยย่อมต้องการได้รายได้ที่แน่นอนเพื่อมาจุนเจือรายจ่ายที่เกิดขึ้น
5. ความสมัครใจในการลงทุน (Willingness to Accept Risks of Investment) ผู้ลงทุนบางคนที่ยังลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้ ต้องเตรียมตัวเตรียมใจที่จะเผชิญกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตแล้ว
6. ความจำเป็นของผู้ลงทุน (Investor's Needs) ซึ่งแตกต่างกัน บางคนอาจมีความจำเป็นด้านการเงิน บางคนอาจมีความจำเป็นในแง่ของความรู้สึกและจิตใจ แน่ใจว่าสิ่งสำคัญที่เร่งเร้าให้เกิดการลงทุนคือกำไร ซึ่งอาจเก็บสะสมไว้เพื่อใช้ยามชรา เพื่อการศึกษา หรือเพื่อปรับฐานะการครองชีพของตนเองให้ดีขึ้น

ทางเลือกในการลงทุน (วิชา คณิตศาตร์. 2549)

ทางเลือกในการลงทุนนั้นมีอยู่หลายทาง ในที่นี้จะขอแบ่งเป็นทางเลือกใหญ่ๆ 2 ทางด้วยกัน คือ การลงทุนทางตรง กับ การลงทุนทางอ้อม

1. การลงทุนทางตรง คือ การลงทุนที่บุคคลหรือเจ้าของเงินลงทุนต้องทำการตัดสินใจลงทุนเอง ข้อมูลและคำแนะนำที่เขาได้จากบุคคลภายนอกนั้นเป็นเพียงแนวทางประกอบการตัดสินใจ แต่การตัดสินใจครั้งสุดท้ายเจ้าของทุนจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง ทางเลือกของการลงทุนทางตรงนั้นแบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ

1.1 Fixed Principal Investment คือ การลงทุนในสินทรัพย์ที่รู้มูลค่าของเงินลงทุนที่จะได้รับคืน ณ วันสิ้นสุดสัญญา และผลประโยชน์ที่จะได้รับระหว่างช่วงเวลาลงทุนดังกล่าวเป็นการตอบแทนสินทรัพย์เหล่านั้น ได้แก่ ตั๋วเงินคลัง ตราสารพาณิชย์ (Commercial Paper) พันธบัตรรัฐบาล และพันธบัตรธุรกิจหรือหุ้นกู้

1.2 Variable Principal Securities คือ การลงทุนในหลักทรัพย์ที่ไม่ทราบมูลค่าที่จะได้รับคืนในอนาคตที่แน่นอน เนื่องจากหลักทรัพย์เหล่านี้ไม่มีอายุครบกำหนดแน่นอน ซึ่งได้แก่ หุ้นบุริมสิทธิ หุ้นสามัญ หลักทรัพย์ที่แปลงสภาพได้ และใบสำคัญแสดงสิทธิ เป็นต้น

1.3 Non Security Investment เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น เช่น การลงทุนที่ดิน และอาคาร การรับจ้าง การซื้อสินค้าต่างๆ การลงทุนในธุรกิจที่เปิดกิจการใหม่ หรือธุรกิจที่กำลังขยายกิจการ แต่ยังไม่ได้ออกหลักทรัพย์ขายให้ประชาชนทั่วไป

2. การลงทุนทางอ้อม คือ การลงทุนที่มีสถาบันอื่นกระทำการแทนเจ้าของเงินออมและตัดสินใจลงทุนแทนเจ้าของเงินด้วย เจ้าของเงินไม่สามารถที่จะไปควบคุมการลงทุนของสถาบันเหล่านั้นได้จะกระทำได้ก็เพียงแค่ ก่อนลงทุนต้องศึกษาถึงจุดมุ่งหมายในการลงทุนของสถาบันเหล่านั้น การลงทุนในลักษณะนี้ ได้แก่ การลงทุนในกองทุนต่างๆ เช่น กองทุนบำนาญ ซึ่งกองทุนบำนาญนี้จะไปลงทุนในพันธบัตรธุรกิจ พันธบัตรรัฐบาล และการรับจ้าง กองทุนที่บริหารกองทุน เช่น กองทุนสินปโยธ 1 และ 2 ฯลฯ ผู้ลงทุนอาจทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทประกัน ค่าเบี้ยประกันที่ผู้ประกันจ่ายบางส่วนจะถูกนำไปลงทุนอีกต่อหนึ่งในรูปของพันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรธุรกิจ หุ้นกู้ การรับจ้าง และการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ ผู้ลงทุนอาจลงทุนในบริษัทลงทุน

ความเสี่ยงของการลงทุน (investment risk)

ในการตัดสินใจลงทุนนั้น นักลงทุนไม่ควรพิจารณาเพียงแค่ผลตอบแทนเท่านั้น แต่ต้องดูความเสี่ยงควบคู่กันไปด้วย ถ้าของสองอย่างให้ออกาสของอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังเท่าๆ กัน นักลงทุนจะเลือกอันที่เสี่ยงน้อยกว่า ถ้าของสองอย่างมีความเสี่ยงที่เท่าๆ กัน นักลงทุนเลือกที่ให้

ผลตอบแทนมากกว่า ซึ่งถือเป็นหัวใจของการตัดสินใจลงทุนตามทฤษฎี Modern Portfolio Theory (MPT) และนำมาสู่ทฤษฎี Capital Asset Pricing Model (CAPM)

ความเสี่ยง คือ การที่อัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับจริง (actual return) นั้น แตกต่างไปจากอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ (expected return) โดยที่ความเสี่ยง (risk) หรือความไม่แน่นอน (uncertainty) นั้นจะเกิดขึ้น ได้เมื่อสภาพที่ไม่อาจรู้ได้แน่นอนว่าจะเกิดอะไรขึ้น โอกาสที่ผลตอบแทนที่ได้รับจริงต่ำกว่าผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดหวังไว้ อันเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ (จิรพันธ์ สังข์แก้ว. 2544)

ผู้ลงทุนพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงหรือลดความเสี่ยงให้เหลือน้อยที่สุด (risk averse) หมายความว่า หากการลงทุนมีความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนต้องเผชิญมากขึ้น ผู้ลงทุนย่อมต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงขึ้น เพื่อชดเชยความเสี่ยง ซึ่งแต่ละบุคคลยอมรับความเสี่ยงในระดับที่ต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความชอบ ทักษะ และแรงจูงใจของผู้ลงทุนนั้นๆ ว่าอย่างน้อยเพียงใดซึ่ง ในการเลือกลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ดี หากผู้ลงทุนพิจารณาถึงความเสี่ยงจากการลงทุนโดยพิจารณาเฉพาะแล้ว จะทำให้เกิดความผิดพลาดจากการลงทุนได้

7. การตัดสินใจเพื่อการลงทุน

ปัจจุบันนี้การลงทุนของกิจการต่างๆ เป็นไปอย่างกว้างขวางและมีการลงทุนในหลายประเภท การตัดสินใจของผู้บริหารเกี่ยวกับการลงทุน จึงต้องเลือกและพิจารณาอย่างรอบคอบถึงผลตอบแทน (Benefit) และความเสี่ยง (Risk) ที่จะเกิดขึ้นจากโครงการลงทุนต่างๆ ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องนำเทคนิคในการวิเคราะห์และประเมินโครงการมาใช้ตัดสินใจเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการลงทุน ในบทนี้จึงกล่าวถึงหัวข้อลักษณะการลงทุน มูลค่าเงินตามงวดเวลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และประเมินโครงการ และการตัดสินใจคัดเลือกโครงการ (เพทรี ชุมทรัพย์. 2544) ดังนี้

ลักษณะการลงทุน

การตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนเป็นการลงทุนในสินทรัพย์หรือในโครงการ (Project) ระยะยาว ซึ่งผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนนี้มีระยะเวลาเกินกว่า 1 ปี เมื่อได้ลงทุนแล้วนอกจากนี้ยังรวมถึงโครงการต่างๆ เช่น การนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด การลงทุนเพื่อปรับปรุงระบบการผลิต การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

โดยปกติการลงทุนในสินทรัพย์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ การลงทุนในสินทรัพย์ที่มีอายุน้อยกว่า 1 ปี จะถือเป็นรายการเกี่ยวกับเงินทุนหมุนเวียน (Working capital) แต่หากสินทรัพย์นั้นมีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี จะถือเป็นเรื่องของงบประมาณการลงทุน (Capital budgeting) อย่างไร

ก็ตามในบางครั้ง ผู้บริหารจำเป็นต้องตัดสินใจลงทุนทั้งสองประเภทในเวลาเดียวกัน เช่น หากตัดสินใจใช้ระบบการผลิตผลิตภัณฑ์แบบใหม่จำนวนสินค้าคงเหลือของธุรกิจต้องมีจำนวนเพิ่มขึ้นจึงต้องสร้างคลังสินค้าแห่งใหม่เพิ่มขึ้นด้วย ในกรณีเช่นนี้ถือว่าการตัดสินใจลงทุนเกี่ยวกับงบประมาณการลงทุนเท่านั้น งบประมาณการลงทุนสามารถจำแนกตามแหล่งที่มาของการลงทุนสำคัญได้ 5 ประเภท) ได้แก่

1. การลงทุนในผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่หรือการลงทุนเพื่อขยายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม (New products or Expansion of existing products)
2. การจัดหาอุปกรณ์ทดแทนของเก่าหรือสร้างอาคารทดแทนอาคารเดิม (Replacement of equipment or buildings)
3. โครงการวิจัยและพัฒนา (Research and development)
4. โครงการสำรวจ (Exploration)
5. โครงการอื่นๆ (Others) เช่น โครงการเพื่อสุขภาพ โครงการควบคุมมลพิษ โครงการลงทุนเพื่อเช่าสินทรัพย์ เป็นต้น

โครงการแต่ละชนิดมักเกิดขึ้นจากแผนกหรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการนั้นโดยตรง เช่น โครงการลงทุนในผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่แผนกการตลาดก็จะเป็นเจ้าของโครงการ ในการพิจารณาเกี่ยวกับการลงทุนในโครงการต่างๆ ต้องผ่านการพิจารณาจากเจ้าหน้าที่หลายระดับ เช่น โครงการลงทุนเกี่ยวกับการผลิต การพิจารณาเริ่มจากหัวหน้าแผนกผลิต ผ่านไปยัง ผู้จัดการโรงงาน รองประธานฝ่ายดำเนินการ คณะกรรมการพิจารณาโครงการลงทุนภายใต้การควบคุมของผู้จัดการทางการเงิน ประธานบริษัท และคณะกรรมการบริหารบริษัท เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของโครงการ

ในการจัดทำงบประมาณลงทุน ต้องกำหนดรายละเอียดที่เกิดขึ้นตลอดโครงการให้ครบถ้วน และทำการตัดสินใจเลือกโครงการจากงบประมาณกระแสเงินสด (Cash flow) ที่เกิดขึ้นของแต่ละโครงการและทำการประเมินความเหมาะสมรวมถึงผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุนโดยใช้เทคนิคและวิธีการต่างๆ ในการวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจ และเมื่อดำเนินโครงการแล้วนั้น สุดท้ายจะเป็นการติดตามและประเมินผลโครงการ ซึ่งถือเป็นการควบคุม (Control) โครงการลงทุนดังกล่าว

การประมาณผลตอบแทนเพื่อตัดสินใจลงทุนนั้นจะไม่นำผลตอบแทนในรูปของกำไรสุทธิ (Net income) มาพิจารณา เนื่องจากกำไรสุทธิเป็นรายการจากเกณฑ์คงค้าง การตัดสินใจจึงจัดทำงบประมาณกระแสเงินสดรับจ่ายของโครงการลงทุนเพื่อแสดงตอบแทนที่เป็นเงินสดจากโครงการเนื่องจาก

1. เงินสดถือเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจของธุรกิจ

2. ธุรกิจจ่ายเงินลงทุนไปในขณะนี้โดยมุ่งหวังจะได้รับเงินสดกลับมาในอนาคตมากกว่าจำนวนที่จ่ายลงทุนในปัจจุบัน

3. เงินสดที่ได้รับจากการลงทุนเท่านั้นที่สามารถนำไปใช้หรือนำไปลงทุนในโครงการใหม่

มูลค่าเงินตามงวดเวลา

การลงทุนในโครงการต่างๆ ที่เป็นโครงการที่มีระยะเวลานานนอกจากต้องคำนึงถึงกระแสเงินสดของโครงการแล้วต้องพิจารณาถึงมูลค่าเงินซึ่งจะทำให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น เช่น มูลค่าของเงิน 1 บาท ในวันนี้ ย่อมมีค่ามากกว่าเงิน 1 บาทในอีก 5 ปีข้างหน้า เนื่องจากเงินในวันนี้สามารถนำไปใช้หาผลตอบแทนได้ ซึ่งในอีก 5 ปีข้างหน้าย่อมมีมูลค่ามากกว่า 1 บาท

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และประเมินโครงการ

การวิเคราะห์และประเมินโครงการเป็นการประเมินภาพรวมทั้ง หกของโครงการ ในที่นี้ขอนำเสนอการวิเคราะห์และประเมินโครงการเพื่อตัดสินใจลงทุนด้านการเงิน โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์และประเมินโครงการ 5 วิธี (เพชรี ชุมทรัพย์ 2544) ได้แก่

1. วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (The average rate of return method: ARR)
2. วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback period method: PP)
3. วิธีผลตอบแทนจากการลงทุน (The internal rate of return method: IRR)
4. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (The net present value method: NPV)
5. วิธีดัชนีการทำการกำไร (Profitability index method: PI)

วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (The average rate of return method)

เป็นลักษณะของการเปรียบเทียบกำไรสุทธิที่หลังภาษีที่เกิดขึ้นเทียบกับเงินลงทุนสุทธิถัวเฉลี่ยของโครงการนั้น (กรณีลงทุนตลอดช่วงปี) (อนุรักษ์ ทองสุขโขวงศ์. 2548) คำนวณได้โดย

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}{\text{เงินลงทุนสุทธิถัวเฉลี่ย}}$$

ในบางกรณีที่มีการลงทุนเพียงครั้งเดียวการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยอาจใช้เงินลงทุนครั้งแรกแทนการใช้เงินลงทุนถัวเฉลี่ยได้ คำนวณได้โดย

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

ในการเลือกใช้การคำนวณโดยปกติหากลงทุนในสินทรัพย์ที่มีค่าเสื่อมราคาจะใช้เงินลงทุนสุทธิตัวเฉลี่ยหากเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่มีการเสื่อมราคาจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการคำนวณจึงเหมาะสม อย่างไรก็ตามการใช้อัตราผลตอบแทนตัวเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกโครงการควรพิจารณาข้อดี ข้อด้อย ดังนี้

ข้อดี คือ เป็นวิธีที่ง่ายในการคำนวณเนื่องจากใช้ตัวเลข/ข้อมูลจากข้อมูลทางบัญชี และอัตราร้อยละที่คำนวณได้นั้นสามารถนำไปเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการได้ (Required Rate of Return)

ข้อด้อย เนื่องจากเป็นวิธีที่ใช้กำไรสุทธิทางบัญชีในการคำนวณจึงไม่คำนึงกำไรในรูปเงินสดรวมถึงไม่คำนึงถึงมูลค่าเงินตามเวลา

วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback period method) (อนุรักษ์ ทองสุโข. 2548)

เป็นการพิจารณาโครงการลงทุนจากมูลค่าเงินลงทุนที่เสียไปกับระยะเวลาที่จะได้รับประโยชน์จากการลงทุนคืน ในการคำนวณสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 2 กรณี ได้แก่

1. ผลตอบแทนหรือกระแสเงินสดรับสุทธิหลังภาษีเท่ากันทุกปีตลอดอายุโครงการ จะคำนวณได้โดย

$$\text{งวดเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนครั้งแรก}}{\text{เงินสดเข้าสุทธิต่อปีหลังภาษี}}$$

2. ผลตอบแทนหรือกระแสเงินสดรับสุทธิหลังภาษีไม่เท่ากันทุกปีตลอดอายุโครงการ จะคำนวณได้โดยการพิจารณากระแสเงินสดเข้าสุทธิสะสม

ในบางกรณีการใช้ระยะเวลาคืนทุนในการพิจารณาคัดเลือกโครงการอาจทำให้เกิดการตัดสินใจผิดพลาดได้ เนื่องจากวิธีนี้ไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับหลังระยะเวลาคืนทุน และไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าเงินตามเวลาด้วย เพื่อขจัดปัญหาเกี่ยวกับมูลค่าเงินสามารถนำมูลค่าเงินมาปรับให้ถูกต้องโดยคำนวณเป็นระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงค่าเงิน (Discounted payback period method) มาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินโครงการได้

วิธีผลตอบแทนจากการลงทุน (The internal rate of return method)

เป็นการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในโครงการ อัตราผลตอบแทนนี้จะเป็นอัตราที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 0 หรือผลตอบแทนที่ได้รับเท่ากับเงินลงทุนครั้งแรก (อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. 2548) สามารถคำนวณได้จากสมการดังนี้

$$I - \left[\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \right] = 0$$

- I = เงินจ่ายลงทุนครั้งแรก
 C_t = กระแสเงินสดได้รับสุทธิในแต่ละงวด
 t = ปีที่ 1 ถึงปีที่ n
 n = จำนวนงวดดอกเบี้ย/จำนวนปี
 r = อัตราดอกเบี้ย/อัตราผลตอบแทน

วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (The net present value method)

วิธีนี้จะคำนวณหาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตตามอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุนกับต้นทุนเงินทุนเริ่มแรก (อนุรักษ์ ทองสุขโขวงศ์ 2548) สามารถคำนวณได้จากสมการดังนี้

$$NPV = \left[\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \right] - I$$

- NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
 I = เงินจ่ายลงทุนครั้งแรก
 C_t = กระแสเงินสดได้รับสุทธิในแต่ละงวด
 t = ปีที่ 1 ถึงปีที่ n
 n = จำนวนงวดดอกเบี้ย/จำนวนปี
 r = อัตราดอกเบี้ย/อัตราผลตอบแทน

วิธีดัชนีการทำความกำไร (Profitability index method)

ดัชนีกำไรเป็นอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้าสุทธิต่อปีกับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนครั้งแรก (อนุรักษ์ ทองสุขโขวงศ์ 2548) สามารถคำนวณได้จากสมการดังนี้

$$PI = \frac{\left[\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \right]}{I}$$

PI	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
I	=	เงินจ่ายลงทุนครั้งแรก
K	=	อัตราดอกเบี้ย/อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ
C_t	=	กระแสเงินสดได้รับสุทธิในแต่ละงวด
t	=	ปีที่ 1 ถึงปีที่ n
n	=	จำนวนงวดดอกเบี้ย/จำนวนปี

การตัดสินใจคัดเลือกโครงการ (อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. 2548)

การประเมินโครงการลงทุนนั้นใช้เครื่องมือได้หลายเครื่องมือในแต่ละเครื่องมือมีข้อดีข้อด้อยแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามปัจจุบันวิธีที่นิยมใช้กันมาก คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value method) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal rate of return method) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบกระแสเงินสดรับ (Cash inflows) เทียบกับกระแสเงินสดจ่ายลงทุน (Cash outflows) ในรูปของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และร้อยละของผลตอบแทน หากใช้ 2 เครื่องมือนี้ในการตัดสินใจคัดเลือกโครงการผลการยอมรับหรือปฏิเสธโครงการจะไปในทิศทางเดียวกัน คือ โดยปกติโครงการที่มีกระแสเงินสดรับสุทธิมากกว่า จะมีร้อยละผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ

ในการตัดสินใจคัดเลือกโครงการมักขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของโครงการ ขั้นตอนการใช้เครื่องมือเพื่อทำการคัดเลือกโครงการโดยทั่วไปเป็นดังนี้

1. พิจารณาข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

1.1 เครื่องมือทางการเงินที่ไม่คำนึงถึงมูลค่าของเงิน ได้แก่ ผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (The average rate of return method) และระยะเวลาคืนทุน (Payback period method) โดยเปรียบเทียบกับผลตอบแทนและระยะเวลาคืนทุนที่กำหนดไว้ล่วงหน้าของโครงการในลักษณะคล้ายคลึงกัน

1.2 เครื่องมือทางการเงินที่คำนึงถึงมูลค่าของเงิน ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงค่าเงิน (Discounted payback period method) ผลตอบแทนจากการลงทุน (The internal rate of return method) และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (The net present value method) โดยทำการเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ

2. พิจารณาข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอื่น เช่น โครงการบางชนิดแม้มีผลตอบแทนจากการลงทุนน้อยกว่าผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ แต่การลงทุนนั้นเป็นสิ่งจำเป็นในระยะยาว หรือการลงทุนนั้นเปิดโอกาสให้มีการลงทุนโครงการอื่นต่อเนื่อง เป็นต้น

3. ตัดสินใจคัดเลือกโครงการ โดยทั่วไปหากมีเงินลงทุนเพียงพอจะคัดเลือกโครงการที่มีผลการคำนวณจากเครื่องมือต่างๆ ที่น่าพอใจ ในกรณีที่เงินลงทุนจำกัด จำนวนเงินลงทุนในแต่ละ

โครงการแตกต่างกัน และจำเป็นต้องคัดเลือกโครงการเพียงบางโครงการอาจพิจารณาผลตอบแทนต่อการลงทุนจากดัชนีการทำการกำไร (Profitability index method) เพื่อจัดลำดับโครงการเลือกลงทุนด้วย

8. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์

แนวคิดความรู้

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ โดยกล่าวถึงความสำคัญ และความหมายของความรู้ไว้ ดังนี้

กิริติ ยศยิ่งยง (2549: 4) ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้ คือ ความคิดของแต่ละบุคคลที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์จนเกิดความเข้าใจ และนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุปและตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ จนได้รับการยอมรับโดยคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งของสังคม

พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547: 21) ได้ให้ความหมายของความรู้คือกระบวนการของการขัดเกลาเลือกใช้และบูรณาการการใช้สารสนเทศเหล่านั้นจนเกิดเป็นความรู้ใหม่ (new knowledge) ความรู้ใหม่จึงเกิดขึ้นจากการผสมผสานความรู้และประสบการณ์เดิมผนวกกับความรู้ใหม่ที่ได้รับซึ่งความรู้ดังกล่าวเป็นสิ่งที่อยู่ภายในบุคคลเป็นความรู้ที่ไม่ขัดแย้งซึ่งหากได้รับการถ่ายทอดออกมาอยู่ในรูปลายลักษณ์อักษรก็จะกลายเป็นความรู้ที่ชัดเจนและความรู้จะเกิดคุณค่าได้หากมีการนำไปใช้ในการตัดสินใจ

น้ำทิพย์ วิภาวิน (2547: 10) ให้นิยามความรู้ตามแนวคิดของ McCarthy (1950) ที่ว่าความรู้เป็นความคิดและการกระทำที่ได้รับการยอมรับโดยคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งของสังคม

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2530: 130) ได้ให้ความหมายความของ “ความรู้” ไว้ว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจำได้ หรือระลึกได้โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในขั้นนี้คือข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความ เป็นต้น

อักษร สวัสดิ์ (2542: 26-28) ได้ให้ความหมายของความรู้ตามแนวคิดของ Benjamin S. Bloom (1956) ไว้ว่า ความรู้ หมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะวิธีการและกระบวนการต่างๆ รวมถึงแบบกระบวนของโครงการวัตถุประสงค์ในด้านความรู้โดยเน้นในเรื่องของกระบวนการทางจิตวิทยาของความจำอันเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับการจัดระเบียบ โดยตามแนวคิดของบลูมและคณะ ได้แจกแจงรายละเอียดของความรู้แต่ละระดับไว้ดังนี้

1. ความรู้ (knowledge) หมายถึงการเรียนรู้ที่เน้นถึงการจำและการระลึกได้ถึงความคิดวัตถุ และปรากฏการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งง่ายๆ ที่เป็นอิสระแก่กันไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยู่ยากซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

2. ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (comprehension) เป็นความสามารถทางสติปัญญา ในการขยายความรู้ ความจำให้กว้างออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล การแสดงพฤติกรรมเมื่อเผชิญ กับสื่อความหมายและความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. การนำไปปรับใช้ (application) เป็นความสามารถในการนำความรู้ (knowledge) ความ เข้าใจหรือความคิดรวบยอด (comprehension) ในเรื่องใดๆ ที่มีอยู่เดิมไปแก้ไขปัญหาที่แปลกใหม่ของ เรื่องนั้น โดยการใช้ความรู้ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการกับความคิดรวบยอดมาผสมผสานกับ ความสามารถในการแปลความหมายการสรุปหรือการขยายความสิ่งนั้น

4. การวิเคราะห์ (analysis) เป็นความสามารถและทักษะที่สูงกว่าความเข้าใจและการนำไป ปรับใช้ โดยมีลักษณะเป็นการแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อยที่มีความสัมพันธ์กัน รวมทั้ง การสืบค้นความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ เพื่อดูว่าส่วนประกอบปลีกย่อยนั้นสามารถเข้ากันได้หรือไม่อัน จะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างแท้จริง

5. การสังเคราะห์ (synthesis) เป็นความสามารถในการรวบรวมส่วนประกอบย่อยๆ หรือ ส่วนใหญ่ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นเรื่องราวอันหนึ่งอันเดียวกับการสังเคราะห์จะมีลักษณะของการเป็น กระบวนการรวบรวมเนื้อหาสาระของเรื่องต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างรูปแบบหรือโครงสร้างที่ยังไม่ ชัดเจนขึ้นมาก่อนอันเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ภายในขอบเขตของสิ่งที่ กำหนดให้

6. การประเมินผล (evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความคิดค่านิยม ผลงาน คำตอบ วิธีการและเนื้อหาสาระเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างโดยมีการกำหนดเกณฑ์ (criteria) เป็นฐานในการพิจารณาตัดสิน การประเมินผลจัดได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สูงสุดของพุทธิลักษณะ (characteristics of cognitive domain) ที่ต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ การนำไปปรับใช้การวิเคราะห์และ การสังเคราะห์เข้ามาพิจารณาประกอบกันเพื่อทำการประเมินผลสิ่งหนึ่งสิ่งใด

มานิซ เวทพันธ์ (2532: 15-16) ให้นิยามความรู้ ตามแนวคิดของ Hospers (1918-2011) ไว้ ว่า ความรู้นับเป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำซึ่งอาจจะโดยการนึก ได้ มองเห็น ได้ยิน หรือ ได้ฟัง ความรู้นี้เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเรียนรู้ โดยประกอบไปด้วยคำจำกัด ความหรือความหมายข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง วิธีการแก้ไขปัญหา และมาตรฐานเป็นต้นซึ่ง อาจกล่าวได้ว่า ความรู้เป็นเรื่องของการจำอะไรได้ ระลึกได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนหรือ ใช้ความสามารถของสมองมากนัก ด้วยเหตุนี้การจำได้จึงถือว่าเป็น กระบวนการที่สำคัญในทาง จิตวิทยาและเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจการนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผลซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ใช้ความคิดและความสามารถทางสมองมากขึ้นเป็น ลำดับ

เชิยรศรี วิวิธศิริ (2527: 19-20) กล่าวว่าการเรียนรู้ในผู้ใหญ่เกิดจากการประสบการณ์ 3 ประการคือ

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากการประสบการณ์ทางธรรมชาติ (natural steeling) คือ เรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ๆ ตัว
2. การเรียนรู้จากประสบการณ์ทางสังคม (society setting) มีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนรู้จากการอ่านหนังสือ โทรทัศน์ เป็นต้น
3. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ของการจัดการเรียนการสอน (formal instructional setting) คือมีผู้แทนจากสถาบันจัดระดับการเรียนรู้มีจุดหมายและต่อเนื่อง

โดยสรุปแล้ว ความรู้ ไม่ได้เป็นเพียงข้อมูลที่ทำให้คนรู้และเกิดความเข้าใจเท่านั้น แต่ยังถูกนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ และยังหมายถึงการรับรู้ข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) กฎเกณฑ์ และข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาจากการสังเกตหรือจากประสบการณ์ทางธรรมชาติ(natural setting) คือเรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ๆ ตัวและการเรียนรู้จากสังคม

แนวคิดความเข้าใจ

จักรกริช ใจดี (2542: 8-9) สรุปว่าความเข้าใจ (Comprehension) หมายถึง ความสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่างๆ ได้ทั้งภาษา รหัส สัญลักษณ์ ทั้งรูปธรรมและนามธรรม แบ่งเป็นการแปลความ การตีความ การขยายความ ซึ่งได้แยกความเข้าใจออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การแปลความ คือ ความสามารถในการจับใจความให้ถูกต้องกับสิ่งที่สื่อความหมายหรือความสามารถในการถ่ายทอดความหมายจากภาษาหนึ่งไปสู่อีกภาษาหนึ่ง หรือจากการสื่อสารรูปแบบหนึ่งไปสู่อีกรูปแบบหนึ่ง
2. การตีความ คือ ความสามารถในการอธิบาย หรือแปลความหมายหลายๆ อันมาเรียบเรียง โดยทำการจัดระเบียบ สรุปย่อเป็นเนื้อความใหม่ โดยยึดเป็นเนื้อความเดิมเป็นหลักไม่ต้องอาศัยหลักเกณฑ์อื่นใดมาใช้
3. การขยายความ คือ ความสามารถที่ขยายเนื้อหาข้อมูลที่รับรู้มาให้มากขึ้น หรือเป็นความสามารถในการทำนาย หรือคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าได้ดี โดยอาศัยข้อมูลอ้างอิงหรือแนวโน้มที่เกินเลยจากข้อมูล

กล่าวโดยสรุป ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความทรงจำในเรื่องราว ข้อเท็จจริงรายละเอียดต่างๆ และความสามารถในการนำความรู้ที่เก็บรวบรวมมาใช้ดัดแปลง อธิบาย เปรียบเทียบในเรื่องนั้นๆ ได้อย่างมีเหตุผล และความรู้ความเข้าใจเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและรวมถึงการนำความรู้ความเข้าใจไปใช้ในสถานการณ์จริงได้ตามขั้นตอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์

คำว่า อสังหาริมทรัพย์ ในทางกฎหมาย ได้แก่ ที่ดินและทรัพย์สินอื่นที่ติดอยู่กับที่ดิน มีลักษณะเป็นการถาวรหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น เช่น อาคาร บ้านเรือน ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม อาคารพาณิชย์ หอพัก และสิทธิทั้งหลายอันเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ทั้งกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่มีโฉนดและสิทธิครอบครองในที่ดินที่ไม่มีโฉนดที่ดิน

ความหมายของ ธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่จะจำหน่ายและให้บริการภายใต้กฎเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน และมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์หรือกำไรจากการกระทำกิจกรรมนั้น

ดังนั้น ความหมายของคำว่า “ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์” จึงหมายถึง การสร้างรายได้จากการขาย การให้เช่า การพัฒนาบริหาร ที่ดิน บ้าน และอาคารต่างๆ ให้เกิดรายได้ขึ้นมา

อสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์สินที่อยู่ใกล้ตัวในชีวิตประจำวันของคนเรา โดยการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ในระดับพื้นฐานที่สุดที่คนทั่วไปมักนึกถึงก็คือบ้าน

ซึ่งนอกจากจะได้ใช้ประโยชน์เป็นที่อยู่อาศัยแล้ว ยังอาจนำไปขายต่อเพื่อทำกำไรหากราคาอสังหาริมทรัพย์ที่เราครอบครองอยู่นั้น มีแนวโน้มราคาจะสูงขึ้นในอนาคต ส่วนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นๆ เช่น ที่ดิน หอพัก คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน โรงงาน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่จัดเป็นกลุ่มสินทรัพย์เพื่อการลงทุน (asset class) ประเภทหนึ่ง ซึ่งรูปแบบการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่เราคุ้นเคยกันดีมีอยู่ 2 แบบ (<http://www.sec.or.th>, สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2558) ได้แก่

1. **ซื้อเพื่อปล่อยเช่า** เป็นการลงทุนในระยะยาว เพื่อเก็บเกี่ยวผลตอบแทนที่จะได้รับอย่างต่อเนื่องจากค่าเช่าเป็นงวดๆ เช่น บ้านเช่า ห้องเช่า โกดังสินค้า ฯลฯ ซึ่งเหมาะกับนักลงทุนที่ต้องการได้รับรายได้ประจำ เช่น ผู้ที่เกษียณอายุงานแล้ว โดยที่ผู้ลงทุนอาจใช้เงินทุนของตนเองเพียงบางส่วนจ่ายเป็นเงินดาวน์ ส่วนที่เหลือสามารถขอกู้จากธนาคาร (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาสินเชื่อของแต่ละธนาคาร) และนำเงินรายได้จากค่าเช่ามาผ่อนชำระธนาคารได้ แต่การลงทุนในลักษณะนี้ก็มีข้อยุ่งยากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น เรื่องของภาระในการบริหารจัดการ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาและซ่อมแซมอสังหาริมทรัพย์ให้อยู่ในสภาพดี อีกทั้งยังมีความเสี่ยงหากไม่มีผู้เช่า หรือผู้เช่ามีพฤติกรรมไม่ดี ค้างชำระค่าเช่า เป็นต้น

2. **ซื้อเพื่อเก็งกำไร** เป็นการลงทุนในระยะสั้น ในกรณีนี้ผู้ลงทุนจะเข้าไปซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น หรืออยู่ในทำเลที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาด โดยคาดการณ์ว่าในอนาคตราคาอสังหาริมทรัพย์นั้นจะสูงขึ้น แล้วก็จะขายอสังหาริมทรัพย์ นั้นออกไปเพื่อทำกำไรจากส่วนต่างราคา ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ลงทุนจะไม่ทำการปรับปรุงซ่อมแซมอสังหาริมทรัพย์ เว้นแต่เป็นกรณีที่ผู้ลงทุนตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ แล้วนำมาตกแต่งใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์นั้นก่อนที่จะ

ขายทำกำไรออกไป อย่างไรก็ดี การลงทุนในลักษณะนี้ก็มีความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนอาจประสบปัญหาสภาพคล่องในการขายอสังหาริมทรัพย์อันเนื่องมาจาก ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ หรือจากการคาดการณ์ผิดว่าอสังหาริมทรัพย์นั้นจะเป็นที่ต้องการของตลาด ทำให้ต้องใช้เวลานานในการขาย เงินทุนที่นำมาลงทุนในลักษณะนี้จึงควรเป็นเงินเย็น เพราะหากผู้เงินธนาคารมาลงทุนจะทำให้มีภาระต้องผ่อนชำระกับธนาคารทุกเดือน ทำให้อาจต้องรีบร้อนขายอสังหาริมทรัพย์ออกไปโดยไม่ได้ราคาตามที่ต้องการ

ปัจจุบันการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เป็นที่สนใจของผู้ลงทุนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่ดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ และการลงทุนในสินค้าทางการเงินอื่นๆ เช่น หุ้น หุ้นกู้ ฯลฯ มีความเสี่ยงจากภาวะตลาดที่ผันผวน เพราะการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์มีข้อดี คือ ช่วยกระจายความเสี่ยงของผู้ลงทุน เนื่องจาก

อสังหาริมทรัพย์มีความสัมพันธ์ (correlation) กับสินทรัพย์ทางการเงินต่ำ ราคาของอสังหาริมทรัพย์จึงไม่ได้เคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกันกับสินทรัพย์ทางการเงินอื่นๆ อีกทั้งการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ยังช่วยป้องกันการเสื่อมค่าของเงินลงทุนจากอัตราเงินเฟ้อได้ดีในระดับหนึ่ง เนื่องจากราคาสังหาริมทรัพย์มักปรับตัวสูงขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อ และผู้ลงทุนสามารถเจรจาเก็บค่าเช่าเพิ่มขึ้นได้ (แต่ในทางปฏิบัติหากสัญญาเช่ายังไม่ครบกำหนดก็ยังไม่สามารถปรับขึ้นค่าเช่าได้โดยทันที)

อย่างไรก็ดีการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์โดยตรงมีข้อจำกัดหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเงินลงทุนที่สูง ภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา รวมถึงสภาพคล่องในการซื้อขายต่ำ ทางเลือกที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ลงทุนคือ การลงทุน ผ่านกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (property fund) ที่ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) จัดตั้งขึ้น โดยระดมทุนจากประชาชนทั่วไปผ่านการขายหน่วยลงทุน แล้วนำเงินดังกล่าวไปลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ เช่น เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ โรงแรม ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน สนามบิน ฯลฯ และบริหารจัดการให้เช่าเพื่อเก็บเกี่ยวผลตอบแทนจากค่าเช่าแล้วนำมาเฉลี่ยจ่ายให้แก่ผู้ถือหน่วยลงทุนตามสัดส่วน

การลงทุนผ่านกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ มีข้อดีคือใช้เงินลงทุนน้อย สามารถเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ได้หลากหลาย และผู้ลงทุนไม่มีภาระในการดูแลรักษา เนื่องจากมีมืออาชีพคอยบริหารจัดการให้ อีกทั้งกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์เหล่านี้มีการจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ ทำให้มีสภาพคล่องในการซื้อขายในระดับหนึ่ง

สรุป ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็คือ การสร้างรายได้จากการขาย การให้เช่า การพัฒนาบริหารบ้านและที่ดินว่างเปล่าให้มีรายได้ในรูปแบบต่างๆ รวมถึงการเป็นนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนมากนัก ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงไม่เฉพาะคนรวยหรือคนที่มีเงินทุนเท่านั้นที่สามารถทำได้ การเป็นนายหน้าซื้อขายที่ดินในบางครั้งยังเป็นการ “จับเสือมือเปล่า”

โดยไม่ต้องใช้เงินลงทุน หากคุณมีเงินสักก้อนหรือคิดที่จะลงทุนทำธุรกิจ การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ

9. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate) ก็เป็นทรัพย์สิน (Property หรือ Asset) ประเภทหนึ่งที่มีผู้สนใจถือครอง และสามารถให้ประโยชน์ หรือแลกเปลี่ยนเป็นเงินทองเพื่อการจับจ่ายใช้สอยได้ อสังหาริมทรัพย์มีลักษณะสำคัญที่แตกต่างไปจากทรัพย์สินประเภทอื่นหลายประการ ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้สำคัญของความเป็นไปได้ในการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาว ลักษณะสำคัญของอสังหาริมทรัพย์มีทั้งในแง่ของกายภาพ ซึ่งมีความเสื่อมโทรมทางกายภาพต่ำหรือน้อยกว่าทรัพย์สินอื่น และลักษณะทางเศรษฐกิจที่จูงใจให้เกิดการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์

ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ (<http://www.start-to-invest.com/>, สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2558)

การประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แบ่งแยกเป็น 5 กลุ่มหลักๆ ตามลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ ดังต่อไปนี้

1. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการเกษตร เช่น สวนเกษตร หรือการจัดสรรที่ดินเพื่อทำการเกษตรอื่นเป็นหลัก
2. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย เช่น โครงการที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ อาคารชุด อพาร์ทเมนต์ให้เช่า ฯลฯ
3. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์ เช่น มินิออฟฟิศ อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า โรงแรม ตลาดสด อาคารจอดรถให้เช่า ฯลฯ
4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอุตสาหกรรม เช่น มินิแฟคตอรี สวนอุตสาหกรรม หรือเขตอุตสาหกรรม ซึ่งก็คือ นิคมอุตสาหกรรมที่พัฒนาโดยภาคเอกชน ส่วนนิคมอุตสาหกรรมที่พัฒนาโดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ ร่วมกับภาคเอกชนดำเนินการ ให้ใช้ชื่อว่า “นิคมอุตสาหกรรม”
5. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักผ่อน เช่น โรงแรมตากอากาศ รีสอร์ท อาคารชุดตากอากาศ ฯลฯ

ขอบเขตของการประกอบการ

การประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

1. ผู้ประกอบการกลุ่มให้เช่า เช่น ให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน พื้นที่ค้าปลีกในศูนย์การค้า ห้องพักอาศัยให้เช่า เป็นต้น สำหรับการเช่า อาจเป็นการเช่าระยะสั้นเป็นเวลาไม่เกิน 3 ปี หรือเช่าระยะยาวที่เกินกว่า 3 ปี ก็ได้แล้วแต่ตกลงกัน
2. ผู้ประกอบการกลุ่มขายทรัพย์สิน ซึ่งโดยมากผู้ซื้อไปใช้สอยเองต่างๆ เช่น สวนเกษตร ที่จัดสรร บ้านจัดสรร อาคารชุด และมินิแฟตตอรี เป็นต้น ซึ่งจะมีเอกสารสิทธิถูกต้องตามกฎหมาย

10. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของสภาพแวดล้อม โดยกล่าวถึงความสำคัญ และความหมายของสภาพแวดล้อมไว้ต่างๆ กัน ดังนี้

อรุณ รักธรรม (2536: 243) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายในองค์การเป็น บรรยากาศของ องค์การ หมายถึง กลุ่มคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมของงาน บุคคล ผู้ปฏิบัติงานอยู่รับรู้ทั้งโดยตรง และทางอ้อม เช่น ทัศนคติค่านิยม ปทัสถาน และ ความรู้สึกของคนทำงานในองค์การที่เกิดขึ้นบ่อยๆ

อุทัย เลาหิเชียร (2543: 84) ได้ให้ความหมายของสภาพแวดล้อมของงาน คือ สิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการบริหารงาน สิ่งแวดล้อมของงานที่สำคัญมีอยู่ 4 ประการ คือ ลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ผลิต และหน่วยงานควบคุม

พิทยา บวรวัฒนา (2544: 115) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ นอกองค์การ อันได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาพการเมือง ลักษณะของสังคม โครงสร้างของกฎหมาย นิเวศวิทยาและวัฒนธรรม

พิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2547: 123) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมของ องค์การ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่อยู่ล้อมรอบองค์การและสามารถส่งผลกระทบ ต่อการทำงาน และการเข้าถึงทรัพยากรที่หายาก ได้แก่ วัตถุดิบ คนงานที่มีความเชี่ยวชาญ ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการปรับปรุงเทคโนโลยีการสนับสนุนจากลูกค้าและผู้มีส่วนร่วม สถาบันการเงิน และคู่แข่ง เป็นต้น

สาคร สุขศรีวงศ์ (2550: 69) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายใน คือปัจจัยต่างๆ ที่อยู่ใน องค์การและสามารถควบคุมได้คือ ระบบงาน ผู้มีส่วนได้เสียในองค์การ สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก และ วัฒนธรรมองค์การ

รูบินส์ (Robbins. 1990: 206) ได้ให้ความหมายของสภาพแวดล้อม (environment) ว่า หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ภายนอกองค์การ คือ เป็นภาพรวมทั้งหมด ส่วนองค์การถือว่า เป็น

ส่วนประกอบย่อยที่อยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมภายนอกนั้น และองค์การจะอยู่โดดเดี่ยวไม่ได้ ต้อง มีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอกด้วย

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) (William; & Ferrell. 2007)

สภาพแวดล้อมองค์กร หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรและในทางกลับกันก็สามารถได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจ สามารถแบ่งตามปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 2 ประเภท (William and Ferrell 2007) ได้แก่

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้

เป็นแรงผลักดันภายในธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการจัดการและดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่ง ธุรกิจสามารถควบคุมและจัดการสภาพแวดล้อมลักษณะนี้ให้เป็นไปตามแนวทางที่ต้องการได้ ซึ่งในการจัดการผู้บริหารต้องทำการศึกษาปัจจัยเหล่านี้เพื่อประเมินจุดแข็ง (strengths) และจุดอ่อน (weakness) ขององค์กร

1.1 โครงสร้างองค์กร (Organization) โครงสร้างของกิจการเป็นตัวกำหนดทิศทางแก่องค์กรในการดำเนินกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดโลก รวมถึงเป็นการพิจารณาระดับความพร้อมขององค์กรทางด้านบุคลากรทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.2 กลยุทธ์ของกิจการ (Business Strategy) ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงภายในยังประกอบไปด้วยการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์จะเป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของกลยุทธ์จะเป็นส่วนที่สำคัญที่ทำให้ทิศทางการดำเนินงานขององค์กรเปลี่ยนแปลงต่อกระแสโลก ไม่ว่าจะเป็นการขยายสาขาสู่ต่างประเทศ การทำการค้ากับคู่ค้าในโซนใหม่ การพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า และผลิตสินค้าที่มีราคาถูกและมีคุณภาพ

1.3 บุคลากรและความสามารถของบุคลากร (Human Resource and Ability) กิจการสามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมได้ดี เมื่อพนักงานได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้และความสามารถ และสามารถพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร และทำให้ผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพดีขึ้น เพื่อให้สามารถทำการผลิตได้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.4 วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) รวมไปถึง การเปลี่ยนแปลงค่านิยมในการทำงาน การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม

1.5 องค์ประกอบอื่นๆ ในองค์การ ได้แก่ พันธกิจของบริษัท ระบบการบริหารงาน กระบวนการผลิตและการทำงานในธุรกิจทรัพยากรต่างๆ ในธุรกิจ กฎระเบียบภายในองค์การ

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้

เป็นปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถดำเนินการควบคุมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถกำหนดขอบเขตได้อย่างชัดเจนดังนั้นสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจจึงได้แก่ องค์ประกอบทั้งหมดที่อยู่ภายนอกธุรกิจซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานส่วนหนึ่งส่วนใด หรือ ทั้งหมดของ ธุรกิจเป็นพลังผลักดันจากภายนอกองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบรรลุเป้าหมายของ องค์การ ซึ่งพลังเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและก่อให้เกิดทั้งที่เป็นโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ต่อการดำเนินงานขององค์การ

โดยสามารถจัดแบ่งสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจได้ดังนี้

2.1 สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงาน (Task Environment) จะเป็นสภาพแวดล้อมใน ด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโดยตรงในการบรรลุเป้าหมาย สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง กับงาน ได้แก่ คู่แข่งขัน ผู้จำหน่ายปัจจัยการ ตลาดแรงงาน ผู้ใช้สินค้าและ บริการ ลูกค้าเป็นต้น

2.2 สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) จัดเป็นสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบ ต่อการดำเนินการของธุรกิจในทางอ้อม (Indirectly Interactive Forces) แม้ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมที่ไม่ได้ส่งผลกระทบโดยตรงแต่สภาพแวดล้อมในแต่ละด้านดังกล่าวก็จะส่งผลต่อธุรกิจ สภาพแวดล้อม โดยทั่วไปได้แก่ เศรษฐกิจรัฐบาล วัฒนธรรมสังคม เทคโนโลยี เป็นต้น

2.2.1 เศรษฐกิจ (Economic) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ มีความสำคัญต่อการประกอบ ธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง หากสภาพเศรษฐกิจดีก็จะเอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสภาพเศรษฐกิจมีแนวโน้มถดถอยหรือตกต่ำ เงื่อนไขทางเศรษฐกิจมีการ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และยากที่จะพยากรณ์ซึ่งมีผลทำให้การประกอบธุรกิจหยุดชะงัก ล้มเหลวหรือ อาจจะต้องเลิกกิจการได้

2.2.2 เทคโนโลยี (Technology) การเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญ ต่อองค์การธุรกิจมาก โดยมีการนำเอาปัจจัยทางเทคโนโลยีมาพิจารณาเพื่อสร้างความได้เปรียบในการ แข่งขัน เพื่อช่วยให้ธุรกิจมีเทคนิคและระบบการผลิตที่ทันสมัยขึ้น สามารถลดต้นทุนการผลิตลงและ เพิ่มกำลังผลิต ช่วยให้สามารถจัดการ และมีการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วยิ่งขึ้นช่วยให้ธุรกิจสามารถผลิต สินค้าใหม่ๆ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยระหว่างประเทศก็ส่งผลกระทบโดยตรงต่อหลายธุรกิจและเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน

2.2.3 การเมืองและกฎหมาย (Political Law) ได้แก่ การเมือง กฎข้อบังคับ นโยบายของรัฐบาลแนวนโยบายการออกกฎหมายและพระราชบัญญัติต่างๆ ได้แก่ กฎหมายภาษีอากร พระราชบัญญัติค่าแรงขั้นต่ำพระราชบัญญัติการโฆษณา พระราชบัญญัติโรงงาน และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานขององค์กร ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงกฎหมายภาษีอากร อาจทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้นหรือ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลอาจเป็นผลดีต่อการส่งเสริมการลงทุนและการส่งออก ดังนั้นธุรกิจจะต้องคอยติดตามความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและกฎหมายด้วย

2.2.4 สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) ได้แก่ ทัศนคติทางสังคม ค่านิยม บรรทัดฐาน ความเชื่อ พฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร เช่น การศึกษา และอัตราการเกิด นับได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการขายสินค้าและการหาทำไร ของกิจการ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรตรวจสอบและให้ความสนใจแนวนโยบายของการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจจะได้โอกาสใหม่ หรืออาจจะพบอุปสรรคที่สำคัญก็ได้

2.3 สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ (International Environment) การดำเนินธุรกิจภายในประเทศเริ่มได้รับผลกระทบจากธุรกิจระหว่างประเทศมากขึ้น ผลกระทบด้านสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศต่อธุรกิจจึงได้เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีและการสื่อสารทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างธุรกิจภายในประเทศกับธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มความแตกต่างกันมากยิ่งขึ้น เมื่อระบบการขนส่งและเทคโนโลยีทางอิเล็กทรอนิกส์ช่วยลดข้อจำกัดทางด้านระยะทาง และระยะเวลาลงสภาพแวดล้อมทางระหว่างประเทศ ได้แก่ การแข่งขันจากการรวมกิจการของบริษัท ข้ามชาติ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ลูกค้านานาชาติ อัตราแลกเปลี่ยนมาตราการระหว่างประเทศ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า สภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจเป็นอย่างมาก ดังนั้นธุรกิจทุกแห่งจึงควรติดตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมตลอดเวลา เพื่อธุรกิจจะได้ดำเนินงานตามแนวทางที่ดีที่สุดในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดนโยบายตลอดจนแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมต่อไป

11. การตัดสินใจ

ในแง่ของการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยภายนอกอันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในรวมทั้งลักษณะส่วนบุคคล โดยปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อ

ผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี ต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

ความหมายของการตัดสินใจ นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ขวลิต ประภวามนธ์ สมชาย หิรัญกิตติ สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์ และสุดา สุวรรณภิมย์ (2539: 470) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อหรือปฏิเสธ ผลิตภัณฑ์เป็นช่วงข้อเท็จจริงข้อสุดท้าย สำหรับนักการตลาดซึ่งชี้ความสำคัญว่า กลยุทธ์การตลาด ตลาด มองการณ์ไกลและมีประสิทธิผลหรือชี้ว่ามีการวางแผนที่เลวหรือผิดพลาดดังนั้นนักการตลาดจะสนใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจมากกว่าหนึ่งทางเลือกขึ้นไป การตัดสินใจว่าจะไม่ซื้อก็เป็นทางเลือกเช่นเดียวกัน

บาเมอร์ด (Barnard. 1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ "เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่างๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว"

ไซมอน (Simon. 1960) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกจากงานต่างๆ ที่มีอยู่

มูดี (Moody. 1963) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางแก้ไขจะเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไข ซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริง เกี่ยวพันกับการใช้ง่ายและการใช้เวลา

กิบสัน และไอวานเชวิช (Gibson; & Ivancevich. 1970) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การ ที่ผู้บริหารจะต้อง กระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (information) ซึ่ง ได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และกลุ่มในองค์การ

Jones ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจขององค์การว่าเป็นกระบวนการ ที่จะแก้ไขปัญหาขององค์การ โดยการค้นหาทางเลือก และเลือกทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ได้กำหนดไว้

จากคำนิยามข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า มีมุมมองของนักวิชาการที่แตกต่างกันไปบ้างในรายละเอียดแต่ประเด็นหลักที่มองเหมือนกันคือ

1. การตัดสินใจเป็นกระบวนการ (process) นั้นหมายความว่า การตัดสินใจต้องผ่านกระบวนการคิด พิจารณาไตร่ตรอง วิเคราะห์แล้ว ค่อยตัดสินใจเลือก ทางที่ดีที่สุด มีหลายท่านคิดว่าการตัดสินใจไม่มีขั้นตอนอะไรมาคิดแล้วทำเลย ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการคิดก็ต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร (search) การออกแบบ (design) และการเลือก (choice) เพื่อให้สามารถเลือกทางเลือกได้ดีที่สุด

2. การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับทางเลือก (solution) การตัดสินใจเป็นการพยายามสร้างทางเลือกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทางเลือกที่น้อยอาจปิดโอกาสให้เกิดความคิดสร้างสรรค์หรือทางเลือกที่ดีกว่าได้ ผู้บริหารที่ดีจำเป็นต้องมีการฝึกฝนการสร้างทางเลือกที่มากขึ้น หลากหลายด้วยวิธีการคิดแบบริเริ่ม (initiative) และคิดแบบสร้างสรรค์ (creative thinking)

3. การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับโครงสร้างขององค์การ จะเห็นว่าผู้บริหารในแต่ละระดับชั้นก็มีหน้าที่ในการตัดสินใจต่างกัน กล่าวคือ ผู้บริหารระดับสูงจำเป็นต้องตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (strategic decision) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับแนวทางที่ถูกต้องเพื่อใช้ทรัพยากรที่จำเป็นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การที่กำหนดไว้ ผู้บริหารระดับกลางจะตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการ (management decision) เป็นการตัดสินใจเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารระดับต้นจะตัดสินใจเกี่ยวกับการปฏิบัติการ (Operational decision) เป็นการตัดสินใจดำเนินการควบคุมงานให้สำเร็จตามระยะเวลาและเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมคน จะเห็นว่าการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับตั้งแต่คนเดียว กลุ่มและทั้งองค์การ ซึ่งพฤติกรรมคนแต่ละคนก็แตกต่างกัน ผู้บริหารที่ดีจะต้องมีความเข้าใจและมีจิตวิทยาเกี่ยวข้องกับบุคคลกลุ่ม และองค์การที่ดีพอจึงจะทำให้การตัดสินใจประสบผลสำเร็จได้

ดังนั้นกล่าวได้ว่า การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการการตัดสินใจ เป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือบทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการสถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making)

เลวี วงษ์มณฑา (2542: 192) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริหารว่าในการที่ผู้บริหารซื้อสินค้าใดสินค้านั้นๆ จะต้องมีการตัดสินใจตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ดังนี้การมองเห็นปัญหาการแสวงหาภายในการแสวงหาภายนอกการประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อทัศนคติหลังการซื้อ

เชฟแมน และคานุก (Schiffman; & Kanuk. 1994: 659) ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคหมายถึงขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และ

พฤติกรรมทางกายภาพการซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อ ตามบุคคลอื่น

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ แล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ Plunkett and Attner (1994: 162) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน (กุลชลี ไชยนันตา, 2539: 135-139) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังมิให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์การ ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ยอดขายของบริษัทลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพสินค้าต่ำ จะเห็นว่าการที่ยอดขายลดลง เป็นอาการแสดง และปัญหาที่ต้องแก้ไขได้แก่ การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่างๆ ที่ต้องรวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่างๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบอยู่เสมอ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขที่ต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือน ก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่างๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอก

ขององค์กร ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่างๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ 1) ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา ตัวอย่างเช่น ถ้าไควด้าปกติในการผลิตมอเตอร์ของแผนกผลิตเท่ากับ 500 เครื่องต่อเดือน แต่แผนกผลิตต้องผลิตมอเตอร์ให้ได้ 1,000 เครื่อง ภายในสิ้นเดือนนี้ โดยมีข้อจำกัดด้านต้นทุนขององค์กรว่าจะจ่ายค่าจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นไม่เกิน 10,000 บาทเท่านั้น ทางเลือกหนึ่งของการแก้ปัญหาอาจทำได้โดยการจ้างพนักงานทำงานล่วงเวลาในวันหยุดและเวลากลางคืน แต่เมื่อประเมินได้แล้วพบว่าวิธีนี้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 17,000 บาท ผู้บริหารก็ควรตัดทางเลือกนี้ทิ้งไป เพราะไม่สามารถนำมาใช้ได้ภายใต้ข้อจำกัดด้านต้นทุน

อย่างไรก็ตามทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์กรก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่งของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่างๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอม โดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

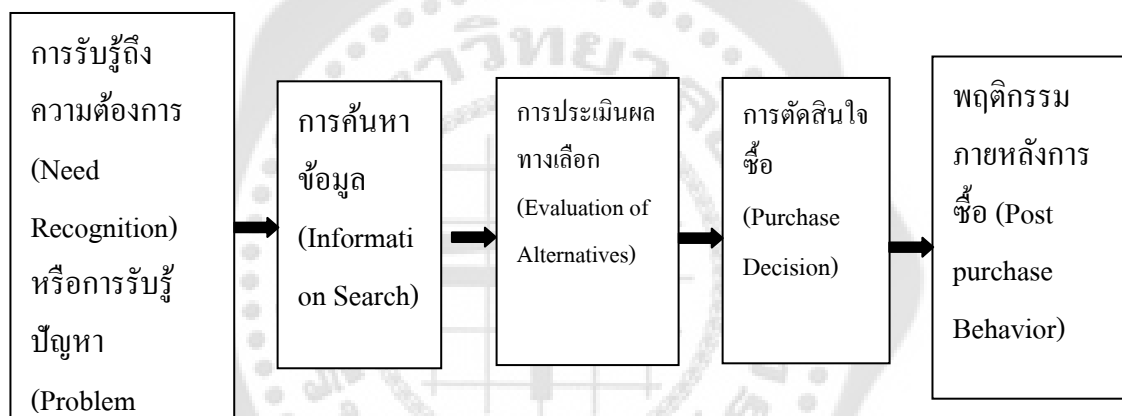
ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงานงบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตาม

เป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541)

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมาก ในกระบวนการซื้อ พบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริงๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ พิจารณาจากภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 แบบจำลอง 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริการการตลาด*. หน้า 69.

จากภาพประกอบ 5 แบบจำลอง 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคอธิบายได้ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ หรือการรับรู้ปัญหาการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเอง หรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย และความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที ดังนั้นการตลาดจึงต้องการให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลซึ่งผู้บริโภคแสวงหา และอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรม การเลือกแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคประกอบด้วย 4 กลุ่มคือ

2.1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ

2.2 แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า ฯลฯ

2.3 แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

2.4 แหล่งประสบการณ์ หรือแหล่งทดลองได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยสภากรรมการตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

3. การประเมินผลทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นตอนที่สองผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ยาก และไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งทุกสถานการณ์การซื้อ กระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผลเริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจแล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ

4. การตัดสินใจซื้อ จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด และปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ 3 ประการคือ

4.1 หลังจากประเมินทางเลือก

4.2 ก่อนที่จะเกิดความตั้งใจซื้อ

4.3 เกิดการตัดสินใจซื้อ

5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ

12. วิวัฒนาการคอนโดมิเนียม: แนวคิด ทฤษฎี กฎหมาย การบริหารนิติบุคคล

อาคารชุด

คอนโดมิเนียมไม่ใช่สิ่งใหม่ในสังคมมนุษย์ชาติและในแวดวงของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพราะจากการค้นคว้าได้ค้นพบว่า ชาวเบบิโลเนียน (Babylonian) ได้บันทึกไว้มีมาแล้วกว่า 2,000 ปี ก่อนคริสตกาล (2,000 B.C) หรือประมาณ 4,000 ปีมาแล้ว ซึ่งนับว่านานมาก

ตามรายงานในเอกสารประวัติศาสตร์ ระบุว่าคอนโดมิเนียม เริ่มต้นเมื่อมีชาวยุโรปได้สร้างบ้านขึ้น 2 ชั้น เป็นที่อยู่อาศัย และได้ขายพื้นที่ของบ้านชั้นล่างให้แก่ผู้อื่นไป ส่วนชั้นบนเจ้าของบ้านเก็บไว้เองเพื่อที่จะรอกึ่งกำไร ในบันทึกไม่ได้บอกไว้ แต่มีการถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดินและบ้านหลังนั้นร่วมกันภายใต้หลังคาเดียวกัน เพียงแต่แยกการถือครองโดยเด็ดขาดคง มีการแชร์ค่าดูแลบำรุงรักษาด้วยกัน ซึ่งเจ้าของร่วม ทั้งสองอาจจะแบ่งพื้นที่สำหรับผูกม้า ผูกลา คงไม่ต้องมาทะเลาะเรื่องที่จะจอดรถเหมือนปัจจุบัน แม้บ้านทำความสะอาดบ้านก็อาจจะตกลงกันว่าภรรยาใครว่างก็มาลัดเวรกันดูแล ฝ่ายสามีก็จะช่วยกันซ่อมบำรุงหลังคา บันได และไม่มีอะไรที่มันซับซ้อนมาก สิ่งของที่จะต้องออกแรงช่วยกัน หามาแชร์ ก็อาจจะเป็นพื้นที่สำหรับเตาผิงยามฤดูหนาว (สมัยศ แสงสุวรรณ. 2542: 1)

พอมาถึงยุคกลาง (Middle Age) ระหว่างศตวรรษที่ 5-15 ก็เริ่มที่จะมีคอนโดมิเนียมที่อยู่ในเมืองหรือชุมชนใหญ่ที่อยู่ร่วมกัน ในสมัยก่อนในนครก็มีกำแพงเมือง (Walled City) ล้อมรอบเพื่อป้องกันข้าศึกถูกรุกรานนคร หรือเมืองที่มีกำแพงกันอาณาจักรไว้ก็จะทำให้พื้นที่จำกัด พลเมือง ก็ได้มีการสร้างที่อยู่อาศัยเพิ่มและซ้อนๆ กัน ประมาณในศตวรรษที่ 12 ซึ่งประเทศเยอรมันเอง ก็เช่นเดียวกัน มีกำแพงนครเมืองเล็กๆ จึงเกิดความแออัด ราคาที่ดินจะสร้างบ้านสูงมาก ชาวบ้านเดือดร้อนเรื่องที่อยู่อาศัยจึงต้องมีการสร้างอาคารที่มีห้องหลายๆ และแบ่งกันอยู่เป็นครอบครัวและถือครองกรรมสิทธิ์พื้นที่กัน ปัจจุบันแถบแคว้นบาวาเรีย (Bavaria) ทางใต้ของเยอรมันติดกับสวิตเซอร์แลนด์และออสเตรียจะเห็นเป็นช่องๆ เป็นรูเข้าไปแถบเชิงเขาเป็นที่อยู่ของคนงานที่สร้างปราสาทเชินบรุน

ประเทศแถบตะวันตกของมหาสมุทรแอตแลนติก (Atlantic) อย่างประเทศบราซิล (Brazil) และเปอร์โตริโก (Puerto Rico) ถือว่าเป็นประเทศแรกที่มีการตรากฎหมายขึ้นมาว่าด้วยการอยู่ร่วมกันแบบคอนโดมิเนียม ส่วนในอเมริกาก็มีการถือครองกรรมสิทธิ์พื้นที่ในคอนโดมิเนียม ในปี พ.ศ. 2480 เมื่อกลุ่มทหารผ่านศึกของอเมริการวมตัวกันซื้อพาร์ทเมนท์ในนครนิวยอร์ก และมีการนำห้องชุด

ไปค้าประกันในการกู้ยืมเงินหรือจำนองไว้กับธนาคารจนมีการครองกรรมสิทธิ์ที่ถูกต้องตามกฎหมายในปี พ.ศ.2504

ในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ได้มีการลงทุนทางด้านที่อยู่อาศัยเฉพาะคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นมากในแถบทวีปทางยุโรป และเพิ่มจำนวนมากขึ้น ต่อมาหลังสงครามโลกซึ่งเคยอยู่ภายใต้ การปกครองของอเมริกาเกือบ 50 ปี จึงได้นำเอารูปแบบของคอนโดมิเนียมและกฎหมายเกี่ยวกับการถือครองในอาคารชุดของอเมริกามาใช้ หลังจากนั้นการอยู่ร่วมกันแบบอาคารชุดก็เข้าสู่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเหมาะสมกับภูมิประเทศมากเพราะมีพื้นที่น้อย ส่วนฮ่องกงซึ่งอังกฤษมาขอเช่าทั้งเกาะจากประเทศจีนโดยทำสัญญาเช่า 99 ปี และได้หมดสัญญาลงเมื่อปี พ.ศ.2540 ฮ่องกงมีการก่อสร้างคอนโดมิเนียมมาก และอาคารค่อนข้างสูงเป็นส่วนใหญ่เพราะมีพื้นที่จำกัดและประชาชนหนาแน่นมาก ราคาแพงมาก ประชาชนมีความเข้าใจในการอยู่ร่วมกันเป็นอย่างดี มีสถาบันเปิด การเรียนการสอนเกี่ยวกับการจัดการด้านที่อยู่แบบอาคารชุดมานาน (สมยศ แสงสุวรรณ, 2535: 1-2)

คอนโดมิเนียมในประเทศไทย คำจำกัดความของคำว่า “อาคารชุด” หรือคอนโดมิเนียม คืออาคารที่สามารถแยกการถือครองกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล (Personal Property) และอีกส่วนหนึ่งคือกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง (Common Property) ซึ่งจะระบุไว้ในหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด (Master Deed or Claration)

คอนโดมิเนียมในประเทศไทยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2513 กลางกรุงเทพมหานคร ถนนราชดำริ แถวๆ สีแยกราชประสงค์ซึ่งเป็นที่ตั้งโรงแรมริเจนท์ กรุงเทพมหานคร (Regent Bangkok) ปัจจุบันในยุคแรกๆ โครงการไม่ประสบความสำเร็จเพราะยังใหม่มากในการอยู่ร่วมกันแบบอาคารชุดของสังคมไทย หลังจากนั้นในปี พ.ศ.2516 ก็มีกลุ่มนักลงทุนจากต่างประเทศทางด้านอสังหาริมทรัพย์แถบประเทศสิงคโปร์และฮ่องกงพยายามที่จะสร้างคอนโดมิเนียมเพื่อสนองความต้องการของคนเมืองกรุงที่คาดว่าจะมีปัญหาด้านที่อยู่อาศัยและการเดินทางหลังจากประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังเอาไว้ เพราะยังติดปัญหาเรื่องกฎหมายสิทธิ การถือครองและอุปนิสัยของคนไทยที่ยึดติดกับการอยู่แบบครอบครัวใหญ่

เจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 ต้องการแบ่งแยกทรัพย์สินส่วนบุคคลสาระที่สำคัญต่อมาก็คือ เจ้าของร่วมกันออกค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการบริการส่วนรวม และที่เกิดจากเครื่องมือเครื่องใช้ประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งค่าภาษีอากรและการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนกลาง ทั้งนี้หมายถึงกลุ่มของเจ้าของร่วมจะต้องร่วมจัดตั้งหน่วยบริหารงานจัดเป็นรูปนิติบุคคล หรือดำเนินการดูแลอาคารชุดร่วมกัน และให้บริการด้าน “เคหะบาล” ต่อตัวอาคารชุดนั้นๆ โดยเจ้าของอาคารชุดทั้งหลายจะต้องยินยอมออกค่าใช้จ่ายในประการนี้ ซึ่งในพระราชบัญญัตินี้ระบุไว้ว่า นอกจาก

จะจดทะเบียนเป็นอาคารชุดแล้วยังต้องมีความพร้อมใจกันที่จะจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดด้วยเพื่อทำหน้าที่ดังกล่าว

กฎหมายจึงบัญญัติให้มีนิติบุคคลอาคารชุด และตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่จัดการดูแลรักษาทรัพย์สินที่เป็นของส่วนกลางและส่วนรวมภายในอาคารชุดนั้นที่จดทะเบียนไว้กับสำนักงานที่ดิน ณ ห้องที่อาคารชุดนั้นตั้งอยู่ จึงมีสิทธิและหน้าที่ภายในขอบเขตตามพระราชบัญญัติอาคารชุดกล่าวคือ อาจใช้สิทธิเรียกร้องหรือฟ้องร้องในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินการของทรัพย์ส่วนกลางได้ และยังสามารถข้อบังคับเพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ให้เจ้าของร่วมร่วมกันปฏิบัติตาม โดยกำหนดบทลงโทษเรียกเบี้ยปรับสำหรับผู้ที่ค้างชำระค่าส่วนกลางและค่าสาธารณูปโภค

แนวคิด ทฤษฎี และวิวัฒนาการ อาคารชุดในประเทศไทย

กฎหมายกับความเป็นจริงพระราชบัญญัติอาคารชุดได้มีการถูกเถียงกันอยู่เป็นเวลานาน และการที่มีการร่างพระราชบัญญัติอาคารชุดในอดีตก็เนื่องด้วยผู้บริหารหลายคนได้เห็นการพัฒนาบ้านเมืองในประเทศที่เจริญแล้ว มีกฎหมายเกี่ยวกับอาคารชุดอันเป็นกฎหมายที่ส่งเสริมให้มีกรรมสิทธิ์เหนือพื้นดิน ส่งเสริมให้มีความเป็นอยู่หนาแน่นและส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของที่อยู่อาศัยในเมือง (Agglomeration of Residential Area) กฎหมายเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะเกิดกับสภาพบ้านเมืองที่มีการพัฒนาระดับสูง ประเทศที่มีภาคอุตสาหกรรมเป็นภาคนำ หรือประเทศที่มีสภาวะทางเศรษฐกิจเจริญรุ่งเรือง เป็นต้น กฎหมายนี้ได้มีการริเริ่มพูดกันในประเทศไทยสมัยรัฐบาลของ จอมพล ถนอม กิตติขจร ได้มีการแต่งตั้งอนุกรรมการร่างพระราชบัญญัตินี้ขึ้นมาประกอบด้วยข้าราชการหลายฝ่าย มีนักกฎหมายหลายคน แต่ครั้งนั้นถูกโต้แย้งว่ากฎหมายอาคารชุดนี้ขัดแย้งกับกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ อันเป็นกฎหมายพื้นฐานที่ได้ใช้ปฏิบัติกันมาเป็นเวลานาน ที่ขัดแย้งกัน ก็คือว่ากฎหมายแพ่งและพาณิชย์นั้นให้สิทธิอำนาจการเป็นเจ้าของที่ดินและอาคารอย่างเต็มที่ แต่ผู้ใดแม้แต่รัฐเองก็ไม่มีอำนาจเหนือที่นั้นๆ และผู้ใดจะละเมิดสิทธิการเป็นเจ้าของย่อมมิได้ การให้อำนาจสิทธิเด็ดขาดเช่นนี้ทำให้คุณลักษณะของกฎหมายอาคารชุดนั้นไม่เป็นที่ยอมรับของนักกฎหมาย จึงทำให้ลักษณะของกฎหมายอาคารชุดถูกดึงเอาไว้อยู่ระยะหนึ่ง จนกระทั่งไม่นานนี้การเคหะแห่งชาติได้หยิบยกเรื่องกฎหมายอาคารชุดขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง โดยจะนำมาใช้กับอาคารชุดของการเคหะเองและได้ทำการปรับปรุงกฎหมายอาคารชุด จนกระทั่งเป็นที่ยอมรับกันในระหว่าง นักกฎหมายเมืองไทย และประกาศในพระราชกิจจานุเบกษา ในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2522 และมีผลใช้บังคับได้เมื่อพ้นกำหนด 180 วัน นับตั้งแต่วันประกาศ คือ 30 ตุลาคม พ.ศ.2522 นี้ (มานพ พงศทัต. 2522: 2-3)

อนึ่งลักษณะการเป็นเจ้าของร่วมในอาคารและที่ดินมิใช่ของใหม่ ทั้งการเป็นเจ้าของในอาคารและมีสิทธิในที่ดินก็ได้ทำกันมานานแล้วทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ในความคิดที่ว่า ที่ตั้งและ

ที่ดินที่เหมาะสมมักจะมีการจำกัดจะเป็นเจ้าของบนที่ดินดังกล่าว มักจะถูกจำกัดในการเป็นเจ้าของที่อยู่บนดิน วิธีเดียวที่จะเป็นเจ้าของได้ก็คือ การก่อสร้างและเป็นเจ้าของในทางสูงหรือ เรียกกันว่า สิทธิบนอากาศ (Air right) การจะเป็นเจ้าของที่บนอากาศดังกล่าว จึงจำเป็นต้องเป็นที่ยอมรับกันในภาครัฐบาลและเอกชน ดังนั้น รัฐจึงจะต้องออกกฎหมายมาเพื่อรับรองสิทธิดังกล่าว ในอดีตรัฐยังไม่มีกฎหมายรับรองสิทธิอาคารชุดก็ได้มีภาคเอกชนของบางกลุ่มได้ดัดแปลงกฎหมายที่มีอยู่แล้วให้มีการใช้เป็นรากฐานในการเป็นกรรมสิทธิ์อาคารที่ซ้อนๆ กันในทางสูงได้วิธีหนึ่ง ซึ่งก็คือ การจดทะเบียนเป็นบริษัทร่วม โดยมีผู้ถือหุ้นเท่าจำนวนที่อยู่อาศัยในทางสูง และผู้ถือหุ้นหนึ่งๆ จะถือสัดส่วนการลงทุนเท่ากับจำนวนที่อยู่อาศัย 1 ยูนิต บริษัทเองนั้นเป็นทั้งเจ้าของที่ดินและรวมตัวอาคาร วิธีทำเช่นนี้จะเรียกว่า ความเป็นเจ้าของบริษัท (Corporate Ownership) ซึ่งวิธีการเช่นนี้ ได้มีบริษัท สตรามิต บอร์ด ได้จัดทำอาคารประเภทนี้ขึ้นเกือบ 10 ปีมาแล้วที่พญา การจัดการเช่นนี้จะไม่มีกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลในตัวอาคารและที่ดินเลยจะปรากฏแต่กรรมสิทธิ์รวมในการเป็น ผู้ร่วมทุนคนหนึ่งเท่านั้น อีกวิธีหนึ่งที่จะเป็น เจ้าของอาคารร่วมก็เห็นจะได้แก่ การเช่า ซึ่งขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่เช่า ตั้งแต่เดือนต่อเดือน ปีต่อปี หรือทุก 30 ปี ตามกฎหมายไทยอนุญาตหรือทุก 99 ปี อย่างในฮ่องกง กรรมสิทธิ์เช่นนี้เป็นกรรมสิทธิ์ขั้นต่ำที่สุด และความแน่นอนในกรรมสิทธิ์น้อยที่สุดจะเกิดขึ้นในกรณีที่กำลังการซื้อและกำลังการเก็บเงินที่จะมาชื้อนั้นต่ำ ทำให้ผู้ต้องการครอบครอง ที่อยู่อาศัยไม่สามารถจะหาเงินก้อนหรือเครดิตมาซื้อได้จึงต้องเช่ากรรมสิทธิ์ในระยะสั้น

วิวัฒนาการอาคารชุด ถ้าหันกลับมามองในการร่างกฎหมายนี้ที่เพิ่งจะคลอดออกมา กฎหมายนี้เกิดจากกลุ่มสมของหลายประเทศที่คณะกรรมการได้ไปศึกษามาซึ่งได้แก่ กฎหมายคอนโดมิเนียมจากอเมริกา ออสเตรเลีย ฟิลิปปีนส์ เป็นต้น แล้วจึงได้นำมาผสมผสานกับกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย กันับได้ว่าเป็นความพยายามที่ดีพอใช้ อย่างน้อยก็ได้ทำการลอกจากฝรั่ง มาทั้งมาทั้งฉบับอย่างที่เคยทำกันมา ข้อเสนอในการร่างกฎหมายอาคารชุดที่มีการออกมาฉบับนี้ก็มิใช่น้อย นั่นก็คือ เหมือนกับกฎหมายหลายๆ ฉบับของไทยที่ผู้ร่างกฎหมายและกลุ่มผู้ร่างส่วนมากเป็น นักกฎหมายและนักบริหารราชการ วิธีการร่างก็มักจะมองแต่ทางฝ่ายรัฐเป็นประเด็นสำคัญ มิเคยคำนึงถึงประสิทธิภาพและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ อีกประการที่สำคัญก็คือ การจะร่างกฎหมายที่ดีมีความยุติธรรมและเหมาะสมและให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการปฏิบัตินั้น คณะกรรมการร่างกฎหมายจะต้องประกอบหลายฝ่ายเข้ามาทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน กลุ่มคนพวกนี้ได้แก่ (1) ตัวแทนของรัฐ (2) ผู้นำกฎหมายไปปฏิบัติ และ (3) ผู้ที่อยู่ภายใต้กฎหมาย ปัจจุบันนี้ มีเพียงตัวแทนเพียงกลุ่มแรกและกลุ่มที่สองเท่านั้นพอคำ ประชาชนผู้จะต้องอยู่ใต้กฎหมายนี้มีได้ถูกปรึกษาหารือหรือไม่ก็ปรึกษาน้อยมากจึงจะทำให้ภาคปฏิบัติของกฎหมายนี้จะไม่เป็นไปตามความคาดหมาย

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งสำหรับกฎหมายอาคารชุดในประเทศไทย ก็คือ จุดมุ่งหมายที่จะออกมาใช้ในงานของการเคหะแห่งชาติเป็นประการแรก ดังนั้น แนวความคิดในการสร้างกฎหมาย มักจะมีการเคหะแห่งชาติอยู่เบื้องหลังเสมอ เสมือนกับว่ากฎหมายนี้ออกมาเพียงเพื่อที่จะใช้กับ การเคหะแห่งชาติโดยตรง พอดีประชาชนคนอื่นที่อาจจะต้องอยู่ใต้กฎหมายนี้เป็นอันดับรอง หรือผลพลอยได้ที่ต่อเนื่องรัฐบาลได้เริ่มร่างกฎหมายอาคารชุดนี้มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2513 แต่ประสบปัญหาเรื่อง การมีนิติบุคคลอาคารชุด ค่าใช้จ่าย และทรัพย์สินของอาคารชุด เป็นต้น ทำให้การมีกฎหมายต้องล่าช้า ออกไปถึงปี พ.ศ.2519 กระทรวงมหาดไทย จึงได้ให้การเคหะแห่งชาติเป็นเจ้าของเรื่องดำเนิน การร่าง ให้กฎหมายนี้ออกมาให้ได้ โดยในที่นี้จะนำสาระสำคัญของเนื้อหาของกฎหมายมาลงไว้คือ

พระราชบัญญัติอาคารชุดนี้ หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง “ทรัพย์สินส่วนบุคคล” หมายถึง ห้องชุดและหมายความรวมถึงสิ่งปลูกสร้าง หรือที่ดิน ที่จัดไว้เป็นเจ้าของห้องชุดแต่ละราย

“ห้องชุด” หมายความว่า ส่วนของอาคารชุดที่ได้มีการแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้ซึ่งเป็นส่วนเฉพาะของแต่ละบุคคล

“ทรัพย์สินส่วนกลาง” หมายความว่า ส่วนของอาคารชุดที่มีใช้ห้องชุด ที่ดินที่ตั้งอาคารชุดและที่ดินหรือทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อประโยชน์ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วม

“หนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด” หมายความว่า หนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในอาคารชุดแต่ละอาคารชุด

“เจ้าของร่วม” หมายความว่า เจ้าของห้องชุดในอาคารชุดแต่ละอาคารชุด

“นิติบุคคลอาคารชุด” หมายความว่า นิติบุคคลที่ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ (มานพ พงศ์ทัต. 2522: 3-5)

จากสาระสำคัญในพระราชบัญญัติอาคารชุดนี้ เจ้าของจะมีกรรมสิทธิ์ในห้องชุดของตัวเอง โดยให้ถือกรรมสิทธิ์จากผนังข้างหนึ่งถึงผนังข้างอีกข้างหนึ่ง ส่วนผนังนั้นเป็นกรรมสิทธิ์ร่วมทรัพย์สินส่วนกลาง ประกอบด้วย (1) ที่ดิน (2) โครงสร้าง หรือสิ่งก่อสร้างเพื่อความมั่นคง และเพื่อการป้องกันความเสียหายต่อตัวอาคารชุด (3) อาคารและอุปกรณ์มีไว้ใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวม (4) เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีไว้เพื่อประโยชน์ร่วมกัน (5) สถานที่มีไว้เพื่อบริการส่วนรวมของอาคารชุด และ (6) ทรัพย์สินที่มีไว้เพื่อประโยชน์ร่วมกัน

สาระที่สำคัญต่อมาก็คือ เจ้าของร่วมกันออกค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการบริการส่วนรวม และที่เกิดจากเครื่องมือเครื่องใช้ประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งค่าภาษีอากรและการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนกลาง ทั้งนี้หมายถึงกลุ่มของเจ้าของร่วมจะต้องร่วมจัดตั้งหน่วยบริหารงานจัดเป็นรูปนิติบุคคล

หรือดำเนินการดูแลอาคารชุดร่วมกันและให้บริการด้าน “เคหะบาล” ต่อตัวอาคารชุด นั้นๆ โดยเจ้าของอาคารชุดทั้งหลายจะต้องยินยอมออกค่าใช้จ่ายในประการนี้ ซึ่งในพระราชบัญญัติระบุไว้ว่านอกจากจะทำการจดทะเบียนเป็นอาคารชุดแล้วยังต้องพร้อมใจกันจดทะเบียนนิติบุคคล อาคารชุดด้วยเพื่อทำหน้าที่ดังกล่าว (มานพ พงศ์ทัต. 2522: 3-6)

ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำสุดจนในขณะนั้นจะเห็นว่าบริษัทและผู้ดำเนินธุรกิจต่างๆ ต้องปิดตัวเองลงเป็นจำนวนมากเป็นผลให้ตัวเลขคนไทยตกงานสูงมากขึ้น ผู้ที่ทำธุรกิจในศูนย์การค้าในอาคารชุดก็เช่นกันต้องเปิดกิจการมีให้เห็นไปทั่ว คอนโดมิเนียมหรือห้องชุดถูกยึด บริษัทย้ายออก หรือลดจำนวนพนักงานบางบริษัทตกแต่งห้องชุดไว้เรียบร้อยแล้วก็ต้องหยุดธุรกิจไปในกรุงเทพมหานคร มีนักบริหารกลุ่มหนึ่งที่จะต้องปรับกลยุทธ์การที่จะดำเนินกิจการคือ นักบริหารนิติบุคคลอาคารชุดต่างๆ เพราะขณะที่เจ้าห้องชุดมีสภาพคล่องดีการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางก็ไม่มีปัญหาแต่ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เมื่อตกงานก็ไม่มีเงินพอที่จะจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางเช่นกัน อีกกลุ่มหนึ่งคือพวกที่ซื้อคอนโดมิเนียมไว้เก็งกำไรกลุ่มนี้มีประมาณ 20% เมื่อเจอสภาพเศรษฐกิจอย่างนี้ก็ขายไม่ได้ และเมื่อไม่ได้เข้ามาอยู่หรือเข้ามาประกอบการก็อย่าหวังว่าจะจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางเป็นผลให้ผู้ดำเนินการของนิติบุคคลอาคารชุดประสบกับปัญหา สภาพคล่อง เช่น ค้างจ่ายบริษัทรักษาความปลอดภัย ค่าบริการรักษาความสะอาด ฉะนั้นเพื่อให้ รอดพ้นช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเช่นนี้ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดหรือคณะกรรมการบริหาร อาคารชุดจะต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ อย่างจริงจังเพื่อให้สภาพอาคารชุดนั้นๆ เปิดกิจการต่อไปได้อย่างปกติและมีผลดีระยะยาว

ในช่วงที่สภาพเศรษฐกิจเริ่มดีขึ้นสามขั้นตอนของการที่สามารถจะมีกรรมสิทธิ์ในอาคารที่ซื้อกันหลายๆ ชั้นได้ คือ (1) กรรมสิทธิ์ระยะสั้น (การเช่า) (2) กรรมสิทธิ์ร่วมในบรรษัท และ (3) ที่กรรมสิทธิ์มากที่สุด คือ กรรมสิทธิ์โดยถือโฉนดของที่ดินบนฟ้า ที่เรียกกันว่า กรรมสิทธิ์อาคารชุดนั่นเอง จาก 3 ขั้นตอนของการเป็นเจ้าของ และมีกรรมสิทธิ์ สิทธิแตกต่างกันเป็นขั้นๆ เช่นนี้ จะทำให้ความมั่นใจในความเป็นเจ้าของแตกต่างกัน การเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ระยะสั้นนั้น หรือการเช่า ตามกฎหมายทั่วไปมักจะให้สิทธิกับเจ้าของเดิมที่จะไม่อนุญาต หรืออนุญาตให้มีการเช่าต่อหรือ เช่าช่วง แม้กระทั่งยกเลิกสัญญาเช่าได้ ทำให้ขาดความมั่นคงอย่างมากในการที่จะเช่าอยู่อาศัย ส่วนกรรมสิทธิ์ร่วมในบรรษัทก็มีความมั่นคงขึ้นมาช่วงระยะหนึ่งก็ตรงที่มาเป็นเจ้าของร่วมกัน ในรูปของบริษัท ใครคนใดคนหนึ่งจะมาตัดสิทธิการเป็นเจ้าของเราเสียมิได้ ส่วนเสียก็มีคือ บริษัทจำเป็นต้องมีการจัดการดำเนินการซึ่งถึงแม้ว่าจะไม่นำเงินไปลงทุนในรูปอื่นๆ แต่ก็อาจจะสามารถทำให้บริษัทขาดทุนได้ถ้าการดำเนินงานเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพทำให้บริษัทล้มและจะทำให้การอยู่อาศัยของหุ้นส่วนของบริษัทคลอนแคลนไปได้ กรรมสิทธิ์ขั้นที่ให้ความมั่นคงสูงสุดเห็นจะได้ได้แก่ กรรมสิทธิ์อาคารชุดซึ่งแยกสิทธิกรรมสิทธิ์ของส่วนบุคคลคือ ตัวที่อยู่อาศัยออกจากกรรมสิทธิ์ส่วนร่วมซึ่งได้แก่ ที่ดินและทางเดิน

ติดต่อทำให้มีกรรมสิทธิ์ถึงแม้เฉพาะส่วนที่เป็นยูนิต ที่อยู่อาศัยได้ให้ความมั่นคงในการเป็นเจ้าของอย่างสูง ถึงแม้ว่าบริษัทร่วมที่รับผิดชอบกรรมสิทธิ์ส่วนร่วมจะดำเนินการอย่างไม่มีประสิทธิภาพและขาดทุนไปก็หาได้กระทบกระเทือนกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของยูนิตโดยเฉพาะไม่ จึงเห็นได้ว่าจาก 3 ขั้นตอนในการที่จะมีกรรมสิทธิ์อาคารที่ซ้อนกันหลายชั้นนั้นในรูปของอาคารชุดจะให้ความมั่นคงแก่ผู้อยู่อาศัยสูงสุดวิธีหนึ่ง

พิจารณาในการร่างกฎหมายนี้ ที่เพิ่งจะคลอดออกมากฎหมายนี้เกิดจากผสมผสานกฎหมายของหลายประเทศที่คณะกรรมการได้ไปศึกษามาซึ่งได้แก่ กฎหมายคอนโดมิเนียมจากอเมริกา ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น แล้วนำมาผสมผสานกันกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย ก็นับได้ว่าเป็นความพยายามที่ดีพอใช้อย่างน้อยก็ได้ลอกจากกฎหมายต่างประเทศทั้งฉบับ อย่างที่เคยปฏิบัติกันมาก่อน ข้อเสียในการร่างกฎหมายอาคารชุดที่ออกมาฉบับนี้ก็มีไม่น้อยนั่นก็คือเหมือนกับกฎหมายหลายๆ กฎหมายของไทยที่ผู้ร่างกฎหมายและกลุ่มผู้ร่างก็ส่วนมากเป็นนักกฎหมายและนักบริหารราชการวิธีการร่างก็มักจะมองแต่ทางฝ่ายรัฐเป็นประเด็นสำคัญไม่เคยคำนึงถึงประสิทธิภาพและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ อีกประการที่สำคัญก็คือ การจะร่างกฎหมายที่ดีมีความยุติธรรมและเหมาะสมและให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการปฏิบัตินั้นคณะกรรมการร่างกฎหมายจะต้องประกอบหลายฝ่ายเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน กลุ่มคนพวกนี้ได้แก่ (1) ตัวแทนของรัฐ (2) ผู้นำกฎหมายไปปฏิบัติ และ (3) ผู้อยู่ได้กฎหมายปัจจุบันมีเพียงตัวแทนเพียงกลุ่มแรกและกลุ่มที่สองเท่านั้น พอดัา ประชาชนผู้จะต้องอยู่ได้กฎหมายนี้ มิได้ถูกปรึกษาหารือเลย หรือไม่ก็ปรึกษาน้อยมากจึงจะทำให้ภาคปฏิบัติของกฎหมายนี้จะไม่เป็นไปตามความคาดหมาย ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งสำหรับกฎหมายอาคารชุดในประเทศไทยก็คือ จุดมุ่งหมายที่จะออกมาใช้ในงานของการเคหะแห่งชาติเป็นประการแรก ดังนั้นแนวความคิดใน การสร้างกฎหมายมักจะมีการเคหะอยู่เบื้องหลังเสมอ เสมือนกับว่ากฎหมายนี้ออกมาเพื่อใช้กับการเคหะโดยตรง พอดัาประชาชนคนอื่นที่อาจจะต้องอยู่ได้กฎหมายนี้เป็นอันดับรองหรือผลอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินการของนิติบุคคลอาคารชุด

นิติบุคคลอาคารชุด หมายถึง นิติบุคคลที่ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 นี้เท่านั้น ซึ่งปกติการจดทะเบียนเพื่อจัดตั้งนิติบุคคลอาคารชุด เช่น บริษัทจำกัด หรือว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้น จะต้องไปจดทะเบียนต่อนายทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทของกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ แต่การจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดต้องจดต่อพนักงานเจ้าหน้าที่กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย ณ สำนักงานที่ดินจังหวัดหรือสำนักงานที่ดินสาขาแห่งท้องที่อาคารชุดนั้นตั้งอยู่

เมื่อนิติบุคคลอาคารชุดได้จดทะเบียนแล้ว นิติบุคคลอาคารชุดจะมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายมีสิทธิและหน้าที่เช่นเดียวกับบุคคลธรรมดา เว้นแต่โดยสภาพจะไม่เปิดช่องให้มีการกระทำได้ แต่ทั้งนี้ก็ต้องกระทำการใดๆ ภายในขอบเขตของวัตถุประสงค์ที่กฎหมายอาคารชุด และข้อบังคับได้กำหนดไว้

วัตถุประสงค์ของนิติบุคคลอาคารชุด จากเหตุและผลรวมทั้งที่มาของนิติบุคคลอาคารชุด จึงสามารถแยกวัตถุประสงค์ของนิติบุคคลอาคารชุดได้ 2 ลักษณะ คือ วัตถุประสงค์ตามที่กฎหมายกำหนดพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 มาตรา 33 บัญญัติ “นิติบุคคลอาคารชุดที่ได้จดทะเบียนตามมาตรา 31 ให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยนิติบุคคลอาคารชุดมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการและดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง และให้มีอำนาจกระทำการใดๆ เพื่อประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ตามมติของเจ้าของร่วมภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัตินี้” วัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ กฎหมายยังเปิดโอกาสให้นิติบุคคลอาคารชุดกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการใดๆ เพื่อประโยชน์ในการดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลางด้วย ซึ่งอาจเป็นไปตามมติของที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วม หรืออาจกำหนดไว้ในข้อบังคับที่ได้ยื่นทำการ ขอจดทะเบียนไว้ในขณะที่ยื่นทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด หรือที่แก้ไขเพิ่มเติมและได้ต้องนำทะเบียนข้อบังคับที่แก้ไขเพิ่มเติมต่อพนักงานเจ้าหน้าที่พระราชบัญญัติอาคารชุดแล้ว แต่ทั้งนี้วัตถุประสงค์ตามข้อบังคับนี้ย่อมอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ตามที่กฎหมายกำหนด อนึ่ง สมควรที่จะกำหนดเรื่องการจัดการดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง และอำนาจกระทำการต่างๆ ของทางด้านนิติบุคคลอาคารชุดไว้ให้เหมาะสมกับประเภทของอาคารชุด ในข้อบังคับของนิติบุคคลอาคารชุด โดยไม่ให้ขัดต่อพระราชบัญญัติของกฎหมายอาคารชุด (อนันตพร นคะจิต. 2542: 33)

กฎหมายของอาคารชุดได้บัญญัติไว้เด่นชัดถึงการมีนิติบุคคลอาคารชุดเพื่อประโยชน์ในการดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง ตลอดจนการดำเนินการแทนเจ้าของร่วมเพื่อเรียกร้องสิทธิและประโยชน์ต่างๆ ของเจ้าของร่วมทั้งหมด นอกจากนี้ในกฎหมายอาคารชุดได้บัญญัติการออกค่าใช้จ่ายสำหรับการมีนิติบุคคลในมาตรา 40 โดยให้เจ้าของร่วมชำระเงินให้แก่นิติบุคคลเป็นตัวแทนในการดูแลรักษาอาคารชุดแทนผู้อยู่อาศัยเพื่อที่นำเงินดังกล่าวไปใช้สอยกิจการภายในอาคารชุด ส่วนผู้ดำเนินการของนิติบุคคล ได้แก่ ผู้จัดการซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลอื่นก็ได้ โดยจ้างด้วยเงินของผู้อยู่อาศัยนั่นเองได้กำหนดให้มีผู้ทำการแทนเจ้าของกรรมสิทธิ์ร่วมทุกคนเพื่อที่จะเข้ามาทำหน้าที่ดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลางและยังได้กระทำหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติการจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง ให้ผู้จัดการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการควบคุมนิติบุคคลอาคารชุดเป็นผู้จัดการตามอำนาจและข้อบังคับที่ได้ทำการระบุไว้ในข้อบังคับนี้ ทุกประการ โดยรวมถึงการออกกฎเกณฑ์ข้อบังคับบทเฉพาะกาลหรือกฎเกณฑ์ข้อบังคับเพิ่มเติม อื่นๆ โดยทั่วไปการจัดระบบความปลอดภัย

ต่างๆ จัดยามตรวจสอบบุคคลภายนอกเข้า-ออกและ การจัดการอื่นๆ ตามความจำเป็นรวมทั้งการจ้างพนักงาน ค่าจ้างผู้ดำเนินการต่างๆ และกำหนดเงินค่าใช้จ่ายที่สมควรในการนั้น

กฎหมายยังเปิดโอกาสให้นิติบุคคลอาคารชุดสามารถใช้ข้อบังคับไว้เป็นเครื่องมือกำหนดสิทธิและหน้าที่ เจ้าของห้องชุดทุกคนต้องปฏิบัติตามข้อบังคับยังมีลักษณะเป็นการกำหนดหน้าที่ให้เจ้าของร่วมต้องปฏิบัติตาม หากมีการฝ่าฝืนข้อบังคับก็อาจถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้ ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการจัดกำหนดข้อบังคับของอาคารชุดขึ้นเพื่อกำหนดกฎเกณฑ์ในการควบคุมการใช้ทรัพย์สินส่วนบุคคลของเจ้าของห้องชุดแต่ละรายโดยที่ มิให้กระทบกระทั่งสิทธิของบุคคลอื่นโดยถือว่าข้อบังคับของอาคารชุดเป็นสัญญาที่ต้องมีหน้าที่ ที่ต้องร่วมปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อบังคับของนิติบุคคลอาคารชุดเกิดขึ้นโดยบุคคลที่เกี่ยวข้องกับอาคารชุดประกอบด้วย คณะกรรมการควบคุมผู้จัดกานิติบุคคลอาคารชุด สิทธิของเจ้าของร่วม ทุกคน เมื่อกฎหมายกำหนดให้มีนิติบุคคลอาคารชุดขึ้นและมีอำนาจหน้าที่ที่จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนิติบุคคลอาคารชุด ดังที่ได้กล่าวไว้ในวัตถุประสงค์เพื่อการดูแลรักษาอาคารและการดำเนินกิจการส่วนที่เป็นทรัพย์สินส่วนกลางแล้วไม่สามารถดำเนินการนอกจากวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้ เว้นแต่ในกฎหมายอาคารชุดจะได้ให้อำนาจไว้เป็นพิเศษยังมีอำนาจหน้าที่ในการออกข้อกำหนดข้อบังคับให้เจ้าของร่วมปฏิบัติตามรวมทั้งเป็นผู้แก้ไขเปลี่ยนแปลง และยังมีความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกกับการกระทำการใดๆ เพื่อประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ตามมติของเจ้าของร่วมภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัตินี้และมาตรา 39 กำหนดให้นิติบุคคลอาคารชุดอาจใช้สิทธิของเจ้าของร่วมครอบคลุมไปถึงทรัพย์สินส่วนกลางทั้งหมดในการต่อสู้บุคคลภายนอกหรือเรียกร้องเอาทรัพย์สินคืน เพื่อประโยชน์ของเจ้าของร่วมทั้งหมดได้ เช่น การทำสัญญาจ้างและยังมีอำนาจหน้าที่ที่จะดำเนินคดีฟ้องร้องในฐานะโจทก์และจำเลย แม้กับเจ้าของร่วมหรือบริวารหรือผู้ที่ได้รับอนุญาตไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ให้นิติบุคคลอาคารชุดโดยผู้จัดการมีอำนาจดำเนินการ ในฐานะผู้เสียหาย หรือแทนผู้เสียหายโดยนำบทลงโทษการกำหนดเบี้ยปรับหรือได้กำหนดมาตรการ ในการดำเนินการให้กับทางเจ้าของร่วม และบริวารหรือผู้ที่ได้รับอนุญาตตามข้อบังคับ ตลอดจนดำเนินการตามมาตรการนั้นและรวมทั้งแจ้งความฟ้องร้องเจ้าของร่วมและบริวาร หรือผู้ที่ได้รับอนุญาตนั้นให้ปฏิบัติตามข้อบังคับและหรือให้ชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นได้

ในต้วบทกฎหมายของอาคารชุดได้บัญญัติไว้อย่างเด่นชัด การมีนิติบุคคลอาคารชุดเพื่อประโยชน์ในการดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง ตลอดจนการดำเนินการแทนเจ้าของร่วม เพื่อเรียกร้องสิทธิและประโยชน์ต่างๆ ของเจ้าของร่วมทั้งหมด

ความหมายของอาคารชุด

เมื่อพิจารณาในลักษณะกายภาพ อาคารชุดหมายถึง อาคารที่มีความสูงโดยได้มีจำนวนห้องอาศัยหลายห้องรวมกันในอาคารเดียวกัน ซึ่งในแต่ละห้องพักอาศัยเป็นห้องชุดอันประกอบด้วยห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัว และห้องน้ำ โดยที่ขนาดของห้องชุดไม่มีเกณฑ์กำหนดที่แน่นอน ทั้งนี้ห้องชุดอาจประกอบด้วยห้องชุดแต่ละห้องชุดไม่เท่ากัน หรือมีพื้นที่ใช้สอยในอัตราส่วนไม่เท่ากัน ฉะนั้นจากลักษณะทางกายภาพของห้องชุดจะมีความคล้ายคลึงกับคำที่เราได้ยินกันมานานอันได้แก่ แฟลต ห้องชุด อพาร์ทเมนต์ และคอร์ต เป็นต้น แต่ถ้าหากพิจารณาถึงความแตกต่างแล้ว อาคารชุดหรือที่เรียกว่า มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากคำเหล่านี้ ทั้งนี้ผู้อยู่อาศัยในแฟลตห้องชุดและอพาร์ทเมนต์จะเป็นที่อยู่อาศัยแบบเช่า ซึ่งไม่มีกรรมสิทธิ์ในห้องพักที่อยู่อาศัยของตน โดยอาจจะเป็นการเช่าระยะสั้น โดยอยู่ชั่วคราวหรือจะเป็นการเช่าระยะยาว ซึ่งที่เรียกว่าการเช่าอันเป็นการอยู่อย่างถาวรก็ตาม ส่วนอาคารชุดหมายถึงอาคารที่ผู้อยู่อาศัยมีกรรมสิทธิ์ประดุจหนึ่งเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดนั้นอย่างถูกต้องตามกฎหมายโดยจะทำการซื้อขายได้ เพราะฉะนั้น “อาคารชุด” จึงหมายถึง “อาคารที่บุคคลสามารถแยกถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนกลาง” โดยที่ทรัพย์ส่วนบุคคล หมายถึง ตัวห้องชุดที่ผู้อยู่อาศัยอยู่ ส่วนทรัพย์ส่วนกลางได้แก่ บริเวณที่ใช้ร่วมกันระหว่างผู้อยู่อาศัย อย่างไรก็ตามอาคารชุดจะมีผลบังคับใช้ปฏิบัติตามกฎหมายได้จำเป็นจะต้องมีกฎหมายรองรับ ซึ่งในปัจจุบันนี้ประเทศไทยเราได้มีพระราชบัญญัติอาคารชุดแล้ว (มานพ พงศทัต 2522: 1-3)

คำจำกัดความ และความหมายลักษณะของอาคารชุด

คำว่า “อาคารชุด” ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าหมายถึง “อาคารที่บุคคลสามารถที่จะแยกถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยที่ แต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์ส่วนกลาง”

คำว่า อาคารชุด มาจากคำภาษาอังกฤษว่า คอนโดมิเนียม ซึ่งคำว่า “Condominium” นี้โดยมีรากฐานมาจากภาษาฝรั่งเศสโดยคำว่า “Con” หมายถึง ร่วมกัน ส่วนคำว่า “Domus” หมายถึง สถานที่อยู่อาศัย ดังนั้น “Condominium” จึงหมายถึง สถานที่ที่มีผู้คนอยู่ร่วมกันในลักษณะที่สามารถแบ่งแยกได้ว่า ทรัพย์ส่วนใดเป็นทรัพย์ส่วนบุคคลที่มีไว้เพื่อประโยชน์ส่วนบุคคล และทรัพย์ส่วนใดที่เป็นทรัพย์ส่วนกลางที่มีไว้เพื่อประโยชน์ร่วมกัน (อนันตพร นคะจิต 2542: 16)

สำหรับในกฎหมายอาคารชุดของสหรัฐอเมริกาได้ให้คำจำกัดความ คอนโดมิเนียม หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ที่ถูกกำหนดสำหรับเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลหลายส่วน และส่วนที่เหลือกำหนดให้เป็นกรรมสิทธิ์ร่วม ระหว่างตัวผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลเหล่านี้ คำว่า “อาคารชุด” ตาม

พจนานุกรม ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง ระบบกรรมสิทธิ์ที่แยกกรรมสิทธิ์ในส่วนบุคคลออกที่ได้จากกรรมสิทธิ์ในส่วนของอาคารทั้งหลาย (System of Separate Ownership of Individuals Units in Multiple Unit Building) แต่ในขณะเดียวกันผู้ที่ได้ถือกรรมสิทธิ์ทุกคนก็ได้มีกรรมสิทธิ์ร่วมกันในทรัพย์สินส่วนกลาง (สุนันทา เขียวถาวร. 2540: 5)

ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 หมายถึง อาคารชุดที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง “ทรัพย์สินส่วนบุคคล” หมายถึง ห้องชุดและหมายความรวมถึง สิ่งปลูกสร้าง หรือที่ดินที่จัดไว้เป็นเจ้าของห้องชุดแต่ละราย

“ห้องชุด” หมายถึง ส่วนของอาคารชุดที่แยกการถือกรรมสิทธิ์ออกเป็นส่วนเฉพาะบุคคล

“ทรัพย์สินส่วนกลาง” หมายถึง ส่วนของอาคารชุดที่มีใช้ห้อง ที่ดินตั้งอาคารชุด และที่ดินหรือทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อประโยชน์ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วม

“เจ้าของร่วม” หมายถึง เจ้าของห้องชุดในอาคารชุดแต่ละชุด

“หนังสือกรรมสิทธิ์อาคารชุด” หมายถึง หนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง

“นิติบุคคลอาคารชุด” หมายถึง นิติบุคคลที่ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้

สำหรับกฎหมายเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ร่วมในอาคารชุดของประเทศฝรั่งเศส เลขที่ 65-557 ลงวันที่ 19 กรกฎาคม ค.ศ.1965 ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 1 ว่ากฎหมายฉบับนี้ใช้บังคับแก่อาคารหรือกลุ่มอาคารที่ก่อสร้างขึ้นโดยความเป็นเจ้าของได้แบ่งสรรกันระหว่างบุคคลหลายคนเป็นส่วนๆ โดย แต่ละส่วนประกอบด้วยส่วนเฉพาะตัวส่วนหนึ่งและส่วนรวมส่วนหนึ่งที่เป็นส่วนกลางถ้าไม่มีการตกลงจัดตั้งเป็นองค์การอย่างอื่น กฎหมายฉบับนี้ใช้บังคับแก่กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ซึ่งนอกจาก การจัดปรับปรุงและการบริการส่วนกลางแล้วยังประกอบด้วยที่ดินเป็นแปลงๆ ที่เป็นกรรมสิทธิ์ส่วนตัว ไม่ว่าจะได้ก่อสร้างหรือไม่ก็ตาม (สุนันทา เขียวถาวร. 2540: 6)

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า ลักษณะที่สำคัญของอาคารชุดไม่ได้อยู่ที่รูปแบบของอาคารแต่ประการใด อาคารชุดจะเป็นอาคารชั้นเดียวหรือหลายอาคารหลายชั้นก็ได้ เนื่องจากกฎหมายมิได้กำหนดห้ามไว้ แต่สิ่งสำคัญที่ทำให้อาคารชุดแตกต่างจากกรรมสิทธิ์แต่ละประเภทประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล (Personal Property) และกรรมสิทธิ์ร่วมในส่วนกลาง (Common Property) หากขาดกรรมสิทธิ์อย่างใดอย่างหนึ่งดังกล่าวไปก็ไม่อาจถือได้ว่าอาคารแห่งนั้นเป็นอาคารชุดซึ่งกรรมสิทธิ์ 2 ประเภทดังกล่าวนี้จะต้องควบคู่กันตลอดจะแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกจากกันไม่ได้ ดังนั้น หากผู้เป็นเจ้าของได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เฉพาะส่วนบุคคลโดยไม่ได้เป็นเจ้าของร่วมในทรัพย์สินส่วนกลางได้แล้ว ลักษณะดังกล่าวก็ยังไม่ถือว่าเป็นอาคารชุด ด้วย

เหตุผลดังกล่าวความหมายของ “อาคารชุด” จึงหมายถึง การจัดการระบบกรรมสิทธิ์ให้ผู้ถือกรรมสิทธิ์แต่ละคนถือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลที่แยกออกจากกันในส่วนกลางของแต่ละห้อง และในขณะที่เดียวกันผู้ถือกรรมสิทธิ์ทุกคนก็มีกรรมสิทธิ์ร่วมกันในทรัพย์สินกลาง อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขที่สำคัญในการเป็นอาคารชุดอีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการจดทะเบียนเป็นอาคารชุด ตราใบที่ยังมิได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดอาคารนั้นก็ยังไม่เป็นอาคารชุดและไม่อยู่ในบังคับของกฎหมายอาคารชุด แม้ว่าจะสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็น 2 ส่วนก็ตาม (สุนันทา เขียวถาวร 2540: 6)

กล่าวโดยสรุปลักษณะของอาคารชุดจะต้องประกอบด้วย 3 ประการ คือ

1. เป็นอาคารที่สามารถแบ่งแยกการถือกรรมสิทธิ์ในอาคารนั้นออกเป็นส่วนๆ ได้
2. กรรมสิทธิ์แต่ละส่วนในข้อ 1 นั้นต้องประกอบด้วย
 - 2.1 กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และ
 - 2.2 กรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง
 - 2.3 ต้องมีการจดทะเบียนเป็นอาคารชุด

สิทธิของเจ้าของห้องชุด

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า เจ้าของอาคารชุดย่อมมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ มาตรา 13 ของพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า “เจ้าของห้องชุดมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลที่เป็นของตน และมีกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง” ดังนั้นจึงสามารถแยกสิทธิของเจ้าของอาคารชุดออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สิทธิในทรัพย์สินส่วนบุคคลและสิทธิในทรัพย์สินกลาง

ทรัพย์สินส่วนบุคคลได้แก่ ห้องชุดและหมายความรวมถึงสิ่งปลูกสร้างหรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย (มาตรา 4) ส่วนคำว่า “ห้องชุด” ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง ส่วนของอาคารชุดที่แยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนเฉพาะของแต่ละบุคคล ทรัพย์สินส่วนบุคคลจึงถือเป็นกรรมสิทธิ์เฉพาะของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย เจ้าของห้องชุดจึงมีสิทธิใช้สอยและจัดการทรัพย์สินส่วนบุคคลของตนได้โดยเสรี เช่นเดียวกับเจ้าของตามกรรมสิทธิ์คือ มีสิทธิใช้สอยและได้ซึ่งดอกผลแห่งทรัพย์สิน กับทั้งมีสิทธิติดตามและเอาคืนซึ่งทรัพย์สินของตนจากบุคคลผู้ไม่มีสิทธิจะยึดถือไว้และมีสิทธิขัดขวางมิให้ผู้อื่นสอดเข้าเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินนั้นโดยมิชอบด้วยกฎหมาย ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรา 1336 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งเจ้าของห้องชุดอื่นจะมาเกี่ยวข้องกับใช้สอยทรัพย์สินเหล่านี้ไม่ได้เจ้าของห้องชุดในอาคารชุดย่อมมีกรรมสิทธิ์ร่วมไปถึงในพื้นที่ห้อง ผนังกันห้องระหว่างห้องชุด

กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล หมายความว่า “ห้องชุดและหมายความรวมถึงสิ่งที่ได้ปลูกสร้างหรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย” (มาตรา 4) ดังนี้ ทรัพย์สินส่วนบุคคลจึงแยกออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. ห้องชุด
2. สิ่งปลูกสร้าง หรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย

“ห้องชุด” หมายความว่าถึง ส่วนของอาคารชุดที่แยกจากการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนเฉพาะของแต่ละบุคคล (มาตรา 4) กล่าวคือ ในอาคารไม่ว่าจะเป็นแฟลต หรืออพาร์ทเมนต์ก็ตาม มีการแบ่งแยกเป็นหน่วยย่อยๆ ในแต่ละหน่วยนั้นอาจประกอบไปด้วยห้องหลายๆ ห้อง โดยที่ บุคคลสามารถเข้าถือกรรมสิทธิ์ในหน่วยย่อยๆ เหล่านั้นได้ ซึ่งหน่วยย่อยๆ เหล่านั้นก็คือ ห้องชุด

สำหรับ “สิ่งปลูกสร้างหรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของแต่ละราย ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินส่วนบุคคลนี้ไม่ใช่ส่วนของห้องชุด แต่อาจจะตกลงกันให้เป็นทรัพย์สินส่วนบุคคลได้โดยมีการระบุไว้ใน คำขอจดทะเบียนอาคารชุดตามมาตรา 6(4) เช่น ที่จอดรถ ห้องใต้หลังคา ห้องใต้ถุน ที่สำหรับใช้ทำสวนหย่อม ส่วนสิ่งปลูกสร้าง และที่ดินที่จัดไว้ให้เจ้าของห้องชุดแต่ละรายนี้ ไม่จำเป็นต้องอยู่ติดต่อกัน อันเดียวกับห้องชุด อาจแยกไปอยู่อีกส่วนหนึ่งต่างหากก็ได้

ผลของการมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลทำให้เจ้าของสามารถทำการจำหน่าย จ่ายโอน ใช้สอย ให้เช่า หรือก่อให้เกิดภาระติดพันอย่างใดก็ได้อย่างสมบูรณ์เต็มที่ ตามหลักของกรรมสิทธิ์ดังที่บัญญัติไว้ในมาตรา 1336 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ แต่อย่างไรก็ตามใช้สิทธิต่างๆ ย่อมมีข้อจำกัดเสมอ

และในเรื่องการใช้สิทธิของเจ้าของห้องชุดก็เช่นกัน กล่าวคือตามมาตรา 13 วรรคท้าย บัญญัติว่า “เจ้าของห้องชุดจะกระทำการใดๆ ต่อทรัพย์สินส่วนบุคคลของตน อันอาจจะเป็นการกระทบกระเทือนต่อโครงสร้างความมั่นคงการป้องกันความเสียหายต่อตัวอาคาร หรือการอื่นตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับมิได้”

นอกจากนั้นตามมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัตินี้ได้บัญญัติว่า “กรรมสิทธิ์ในห้องชุดจะแบ่งแยกมิได้”

กรรมสิทธิ์รวมในที่นี้หมายถึง กรรมสิทธิ์รวมตามความหมายในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กล่าวคือ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ก่อนว่า ผู้เป็นเจ้าของรวมมีส่วนเท่ากันและเจ้าของรวมมีสิทธิจัดการทรัพย์สินร่วมกัน การใช้สิทธิต่างๆ ในพื้นที่ห้อง ผนังซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์รวมย่อมเป็นไปตามข้อบังคับนิติบุคคลอาคารชุด (สุนันทา เขียวถาวร. 2540: 8)

กรรมสิทธิ์ร่วม คือที่เจ้าของห้องชุดมีอยู่ในทรัพย์สินกลางคือหมายถึงว่าทรัพย์สินใดที่ได้ จดทะเบียนไว้เป็นทรัพย์สินกลางแล้วเจ้าของร่วมในอาคารชุดก็ย่อมมีกรรมสิทธิ์ร่วมกันในทรัพย์สิน

ส่วนกลาง ตามอัตราส่วนที่กำหนดไว้ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 มาตรา 14 คือ อัตราส่วนระหว่างราคาห้องชุดแต่ละห้องชุดกับราคาของห้องชุดทั้งหมดในขณะที่ยกจดทะเบียนอาคารชุดซึ่งราคาห้องชุดนั้นก็ถือเอาจากราคาในขณะที่มีการจดทะเบียนอาคารชุดไม่ใช่ราคาที่มีการซื้อขายกันภายหลัง

ทรัพย์ส่วนกลางที่เจ้าของร่วมมีกรรมสิทธิ์ร่วมกัน ก็คือ ส่วนของอาคารชุดที่ไม่ใช่ห้องชุด ที่ดินที่ตั้งอาคารชุด และที่ดินหรือทรัพย์อื่นที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกันสำหรับ เจ้าของร่วม ซึ่งสามารถยกให้เห็นได้ดังนี้

1. ที่ดินที่ตั้งอาคารชุด
2. ที่ดินที่มีไว้เพื่อใช้หรือประโยชน์ร่วมกัน
3. โครงสร้างและสิ่งก่อสร้างเพื่อความมั่นคงและเพื่อป้องกันความเสียหายต่อตัวอาคาร
4. อาคารหรือส่วนของอาคารและเครื่องอุปกรณ์ที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน
5. เครื่องมือและเครื่องใช้ที่มีไว้ร่วมกัน
6. สถานที่ที่มีไว้เพื่อบริการส่วนรวมแก่อาคารชุด
7. ทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน

สิทธิในการใช้ทรัพย์ส่วนกลางและทรัพย์ส่วนตัว

คำว่า “ทรัพย์ส่วนกลาง” มีความหมายเฉพาะตามบทนิยามของคำจำกัดความในมาตรา 4 ตามคำนิยามหรือคำจำกัดความดังกล่าวใช้สำหรับตีความหรือวินิจฉัยในกรณีที่มีปัญหาว่าทรัพย์นั้นเป็นทรัพย์ส่วนกลางหรือไม่ ทรัพย์ส่วนกลางตามที่บัญญัติในมาตรา 15(7) เป็นทรัพย์ส่วนกลางโดยเฉพาะทรัพย์ส่วนกลางจึงหมายถึงทรัพย์ตามมาตรา 14 บรรดาสี และมาตรา 15(1) ถึง (7) ปัญหา ก็คือทรัพย์ส่วนกลางบางอย่างอาจจะไม่เป็นประโยชน์แก่ห้องชุดก็ได้ เช่น ลิฟท์อาจจะไม่เป็นประโยชน์สำหรับเจ้าของห้องชุดชั้นล่างสุด แต่ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายตามส่วนแห่งกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนกลาง ในกรณีเช่นนี้น่าจะถือว่าเป็นทรัพย์ส่วนกลางเฉพาะของห้องชุดที่ได้รับประโยชน์เท่านั้นคือเป็นทรัพย์ส่วนกลางเฉพาะส่วน ทั้งนี้โดยถือว่าไม่ใช่ทรัพย์สินที่มีไว้ใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วมทุกคนแต่สำหรับเจ้าของร่วมเพียงบางคนเท่านั้น (วิชัย ตันติกุลนันท์. 2541: 36)

กรรมสิทธิ์ในคอนโดมิเนียมประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์ส่วนกลาง การเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในคอนโดมิเนียมจึงทำให้บุคคลผู้นั้นมีทั้งสิทธิ และหน้าที่พร้อมกัน กล่าวคือ นอกจากจะมีกรรมสิทธิ์เป็นการเฉพาะในทรัพย์ส่วนบุคคลแล้ว ยังร่วมมีสิทธิในทรัพย์ส่วนกลางด้วยและการร่วมมีสิทธิในทรัพย์ส่วนกลางนี้ก็ทำให้บุคคลผู้นั้นมีหน้าที่ต่อทรัพย์ส่วนกลางอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของบุคคลต่อทรัพย์สินส่วนกลางคือ การออกเงินค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาตัวอาคารเป็นส่วนรวม เช่น ค่าทาสีตัวตึก ค่าซ่อมแซมลิฟท์ ค่าน้ำที่ใช้รดต้นไม้ในสวน และ ค่าไฟฟ้าตามทางเดิน เป็นต้น มีเจ้าของห้องชุดบางคนไม่เข้าใจว่าได้จ่ายเงินผ่อนส่งค่าห้องชุดนั้น ไปแล้วทำไมยังต้องมาเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้อีก ที่เป็นเช่นนั้นก็เนื่องมาจากก่อนจะซื้อคอนโดมิเนียม ไม่ได้ศึกษาวิธีการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมให้ถ่องแท้ ที่สำคัญที่สุดก็คือลืมไปว่าคอนโดมิเนียมนั้นคือรูปแบบของการมีกรรมสิทธิ์ร่วมกัน (มานพ พงศทัต. 2522: 1-10)

เจ้าของห้องชุดในอาคารชุดย่อมมีกรรมสิทธิ์ร่วมในพื้นที่ห้อง ผนังกันห้องระหว่างห้องชุด กรรมสิทธิ์ร่วมในที่นี้หมายถึง กรรมสิทธิ์ร่วมตามความหมายในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กล่าวคือ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้ต้องข้อสันนิษฐานไว้ก่อนว่า ผู้เป็นเจ้าของรวมมีส่วนเท่ากันและเจ้าของรวมมีสิทธิจัดการทรัพย์สินร่วมกันการใช้สิทธิต่างๆ ในพื้นที่ห้อง ผนัง ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ร่วมย่อมเป็นไปตามข้อบังคับนิติบุคคลอาคารชุด (สุนันทา เขียวถาวร. 2540: 8)

ทรัพย์สินส่วนตัว การจัดการและการใช้ประโยชน์ห้องชุด เป็นสิทธิของเจ้าของร่วมหรือบุคคลที่เจ้าของร่วมอนุญาตหรือมอบหมายให้ใช้ห้องชุด ซึ่งจะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของเจ้าของร่วมและภายใต้กฎเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ในข้อบังคับเจ้าของจะต้องชำระค่าใช้จ่ายส่วนตัวตามอัตราที่ใช้จริงดังนี้

1. ค่าน้ำประปาและค่าซ่อมแซมมิเตอร์น้ำห้องชุด
2. ค่าโทรศัพท์ ค่าบริการและซ่อมแซมเครื่อง
3. ค่าบริการทำความสะอาดหรือรดน้ำต้นไม้ภายในห้องชุด
4. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ตามมติที่ประชุมใหญ่หรือมติที่ประชุมคณะกรรมการและหรือผู้จัดการนิติ

บุคคลกำหนด

เจ้าของห้องชุดผู้ใช้หรือผู้เช่าจะต้องชำระค่าไฟฟ้าและค่าโทรศัพท์ส่วนตัวโดยตรงกับพนักงานของรัฐ ในกรณีที่เจ้าของห้องชุด ผู้ใช้หรือผู้เช่า ค้างชำระค่าใช้จ่ายส่วนกลางหรือส่วนตัว ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดอาจสงวนสิทธิ์งดเว้นไม่ให้เจ้าของห้องชุด ผู้ใช้หรือผู้เช่าบริการสาธารณูปโภคของอาคารชุด

13. ห้าทำเลคอนโดที่คัมค่าน่าลงทุนปี พ.ศ. 2558

(<http://www.propertytoday.in.th>, สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2558)

สืบเนื่องจากเศรษฐกิจไทย ในปี 2558 มีโอกาสขยายตัวประมาณ 3.0-5.0% โอกาสที่เศรษฐกิจจะขยายตัวมาน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยที่เป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังล่าช้า

กว่าที่คาดไว้มาก แต่ยังมีแรงหนุนที่ดี กับการลงทุนปรับตัวเข้าสู่ประชาเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมในช่วงปลายปี 2558

ถ้ามองจากสถานการณ์เศรษฐกิจไทย ในปี 2558 ในแง่ของการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ สำหรับอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยในปี 2558 โดยภาพรวมจะอยู่ที่ประมาณ 5-7% ขึ้นอยู่กับต้นทุนที่ซื้อเข้ามา และอัตราค่าเช่าในทำเลนั้นๆ ซึ่งไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมามากนัก โดยสามารถแบ่งเป็น 3 โซน 5 ทำเลคอนโดสุดฮอตที่คุ้มค่าน่าลงทุน 2558 ดังนี้

โซนศูนย์กลางธุรกิจ CBD (central business district)

ในโซนนี้จะมีทั้งหมด 2 ทำเล ได้แก่ CBD เดิม (ทำเล สาทร-สีลม-บางรัก) และ CBD ใหม่ (ทำเล รัชดาฯ – พระราม 9)

ทำเล สาทร-สีลม-บางรัก

เนื่องจากทำเลนี้เป็นศูนย์กลางธุรกิจ โรงเรียนอุดมศึกษาชื่อดัง สามารถซื้อห้องชุดไว้ปล่อยเช่าแล้วเก็งกำไรไว้ขายต่อคนที่มาทำงานในบริเวณนี้ได้ จำนวนห้องชุดในทำเลนี้มีอยู่เพียง 5% ของห้องชุดทั้งหมดในกรุงเทพฯ ด้วยที่ดินที่จะสามารถนำมาพัฒนานั้นหายาก ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 144,000 บาท/ตร.ม. โดยที่ราคาปรับขึ้น 11% ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ย่านที่เด่นสุดที่น่าจะมองหาห้องชุดไว้ลงทุนก็น่าจะเป็นสาทรแดง และแยกนราธิวาสตัดกับสาทรและสีลม สำหรับคอนโดที่น่าสนใจลงทุนในทำเลย่านนี้ประกอบไปด้วย RHYTHM Sathorn, The Met, The Empire Place และ Ideo Q Chula-Samyan

ทำเล รัชดาฯ – พระราม 9

หลังจากข่าวใหญ่เปิดตัว “The Super Tower” พระราม 9 ไปเมื่อช่วงเดือนตุลาคมปีที่แล้ว ก็ยิ่งเพิ่มความต้องการเป็นจำนวนมาก เพราะเป็นทำเลที่มีศักยภาพพร้อม มีทั้งรถไฟฟ้า MRT และสำนักงานการเงินจำนวนมาก รวมถึงการเข้ามาของหน่วยงานด้านการเงินขนาดใหญ่ของภาคเอกชน ทำให้ย่านรัชดาฯ -พระราม 9 กำลังจะกลายเป็นศูนย์กลางด้านการเงินแห่งใหม่ของกรุงเทพฯ ไปเสียแล้ว และทำให้เกิดการพัฒนาคอนโด และศูนย์การค้าเพื่อมารองรับการอยู่อาศัยและไลฟ์สไตล์ของคนทำงานในย่านนี้ สำหรับคอนโดที่น่าสนใจลงทุนในทำเลย่านนี้ประกอบไปด้วย Ivy Ampio, Q Asoke และ Life อโศก

โซนยอดนิคมชาวต่างชาติ (Expat)

สำหรับโซนนี้จะมีทำเลเน้นหนักไปที่เกาะรถไฟฟ้าเส้นสุขุมวิท โดยจะครอบคลุมพื้นที่ทำเลพร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ และ พระโขนง ซึ่งช่วงบริเวณเหล่านี้จะมีชาวต่างชาติมาพักอาศัยจำนวนมาก สะดวกเส้นเดินทางเข้า office

ทำเล พร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง

ส่วนใหญ่ผู้ซื้อคอนโดในย่านนี้มักจะซื้อเพื่อปล่อยเช่าโดยคอนโด ที่จะปล่อยเช่าได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนในบริเวณนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นตึกที่แพงที่สุดแต่ควรเป็นตึกที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และสามารถเดินไปรถไฟฟ้าได้สะดวก ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 134,000 บาท/ตร.ม. จุดที่น่าสนใจคือสุขุมวิท ซอย 39 ทองหล่อ และบริเวณใกล้เคียง สำหรับคอนโดที่น่าสนใจลงทุนในทำเลย่านนี้ประกอบไปด้วย HQ by Sansiri, RHYTHM Sukhumvit 36-38, The Lumpini 24, H Sukhumvit 43, Aspire Sukhumvit 48, The Crest Sukhumvit 34 และ Noble Remix (Sukhumvit36)

โซนส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า (BTS & MRT)

11 location ที่น่าลงทุนที่สุดในกรุงเทพ ที่เน้นแผนในอนาคตจะมีรถไฟฟ้าสถานีใหม่ๆ เกิดขึ้นอีกกว่า 100 สถานี จะมีคอนโดมิเนียมเกาะแนวรถไฟฟ้าเป็นคู่แข่งในการปล่อยเช่าหรือขายจำนวนมาก ถ้าราคาไม่ได้ต่างกันมาก คอนโดมิเนียมเกาะแนวรถไฟฟ้า ส่วนขยายฝั่งใกล้เมืองจะให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าคอนโดมิเนียมเกาะสถานีรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายฝั่งชานเมือง ทำเลที่น่าลงทุนในช่วงนี้แบ่งเป็น 2 ทำเลได้แก่ ทำเล อ่อนนุช-แบร์ริง และ ทำเล ท่าพระ-ตากสิน

ทำเล อ่อนนุช-แบร์ริง

โซนนี้ถือว่าเป็นโซนที่มีจำนวนห้องชุดที่มากที่สุดในกรุงเทพฯ มีถึง 20% ของห้องชุดทั้งหมด เนื่องจากเป็นส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า ราคาที่ดินยังไม่สูงมากและมีที่ดินให้พัฒนาโครงการขนาดใหญ่จำนวนมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การลงทุนในทำเลนี้ราคาคอนโดยังไม่สูงมาก ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ยังสามารถทำกำไรจากการลงทุนระยะสั้นได้ดี แต่ในอนาคตคอนโด ที่ติดรถไฟฟ้าจะมีโอกาสในการซื้อเพื่อลงทุนได้ดีเพราะเป็นปัจจัยพื้นฐานหลักในการซื้อคอนโดในแถบนี้ โดยจุดที่น่าสนใจคือใกล้สถานีรถไฟฟ้าอ่อนนุช บางจาก และสถานีแบร์ริง เพราะอยู่ใกล้เมืองมากที่สุด สำหรับคอนโดที่น่าสนใจลงทุนในทำเลย่านนี้ประกอบไปด้วย The Base Park Sukhumvit 77, Elio Del-Rey, Ideo Mobi Sukhumvit81 และ Q.House Condo Sukhumvit 79

ทำเล ท่าพระ-ตากสิน

เป็นอีกทำเลที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการคอนโด และคนทำงานรุ่นใหม่ เพราะว่ามีการรถไฟฟ้า BTS ที่สร้างเสร็จแล้ว และ MRT ที่กำลังก่อสร้าง ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จึงมีอัตราการเติบโตของคอนโด ค่อนข้างสูง เพราะเป็นทำเลเกิดใหม่ของคอนโด ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 76,000 บาท/ตร.ม. อาจไม่สูงมากเพราะคอนโด ใหม่ขยับออกนอกเมืองมากขึ้น อย่างไรก็ตามทำเลยังน่าลงทุนในส่วนของปลายรถไฟฟ้า BTS ตัด MRT เช่น บนถนนเพชรเกษม และสถานีตลาดพลู เพราะยังมีโอกาสเพิ่มขึ้นของราคาคอนโด นอกจากนี้ยังมีบริเวณสุขสวัสดิ์ และประชาอุทิศ ด้วยราคา/ตร.ม. ยังไม่สูง

มากแต่มีกำลังซื้อที่มากจากการขยายตัวของชุมชน สำหรับคอนโดที่น่าสนใจลงทุนในทำเลย่านนี้ ประกอบไปด้วย Aspire Sathorn – Thapra, Ideo Wutthakat เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีโซนที่อยู่อาศัยที่น่าจับตามองใหม่ นั่นก็คือโซน “พญาไท-พหลโยธินตอนต้น” โครงการตึกสร้างเสร็จไม่ถึง 4 ปี ราคาขายต่อขยับเกือบ 80% เฉลี่ย 150,000 บาท/ตร.ม. โครงการใหม่ คาดว่าอยู่ที่ 200,000 บาท/ตร.ม. หากพิจารณาในแง่ทำเลที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพลินจิต-สุขุมวิทคือตัวเลือกอันดับหนึ่ง จากการสำรวจของพลัส พบว่าพญาไท-พหลโยธินเป็นทำเลได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเปิดตัวคอนโดมิเนียมติดถนนใหญ่เฉลี่ยปีละ 1 โครงการ สามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว ราคาห้องชุดก็ขยับขึ้นไปมากในแต่ละปี บางโครงการตึกสร้างเสร็จไม่ถึง 4 ปี แต่ราคาขายต่อขยับขึ้นไปถึงเกือบ 80% คอนโดโครงการบริเวณนี้มีทั้ง พร้อมอยู่ และ กำลังเปิดตัว ได้แก่ คอนโดตึกในอดีตรมยังจำได้ว่าย้อนหลังไปเมื่อเกือบจะ 5 ปี ก่อน คอนโดพร้อมอยู่ โครงการ คอนโด M Phayathai อยู่ติดถนนพญาไท ถนนสายหลัก เพียง 100 เมตร จาก BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยฯ ใกล้ Airport Link และทางด่วน พร้อมอยู่ใกล้แหล่ง Shopping และ Entertainment ทุกสไตล์

อีกโครงการสุดฮอตที่เพิ่งเปิดตัวใหม่ Rhythm รางน้ำ โครงการใหม่จาก AP ที่เพิ่งเปิดชื่อออกมาครั้งแรกในวันแถลงข่าวแผนดำเนินการปี 2558 ด้วยมูลค่าโครงการประมาณ 2,400 ล้านบาท เป็นโครงการ High Rise สูงประมาณ 28 ชั้น มี 392 ยูนิต ราคาเฉลี่ยของโครงการ 5 – 8 ล้านบาท ตัวโครงการตั้งอยู่ช่วงต้นของซอยรางน้ำฝั่งตรงข้ามกับห้าง Century ตัวโครงการ RHYTHM รางน้ำ นี้จะอยู่ภายในถนนรางน้ำ ซึ่งตัวที่ดินของโครงการนี้จะอยู่ถัดจาก KING POWER Duty free มาเพียงไม่กี่คูหา สำหรับที่ดินจะอยู่ใกล้กับถนนพญาไท จุดเด่นของโครงการนี้นับว่าทำเลนี้จะอยู่ใกล้กับ BTS สถานีอนุสาวรีย์ เพียงประมาณ 100ม. ใกล้จุดขึ้นลงทางด่วน และ Airport Link จะอยู่ถัดไปเพียง 1 สถานี นั่นก็คือ Airport Link พญาไท

โดยสรุปโซนศูนย์กลางธุรกิจที่อยู่บนทำเลใจกลางเมือง อัตราผลตอบแทนต่อปีจะไม่สูงนัก เพราะราคาห้องชุดค่อนข้างสูง แต่โซนนี้ Capital gain หรือกำไรส่วนต่างของราคาขายกับราคาทุนจะสูง จะแตกต่างกับโซนยอดนิยมชาวต่างชาติ ที่มีความเป็นไปได้ที่อัตราผลตอบแทนต่อปีจะสูงกว่าโซนศูนย์กลางธุรกิจ ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะถึง 7-8% แต่โซนนี้จะมี Capital gain หรือเรียกง่ายๆ ว่า บวกกำไรตอนขายได้ต่ำกว่าโซนศูนย์กลางธุรกิจ สำหรับโซนส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า นั้นถ้าราคาห้องชุดยังไม่สูงเกิน 100,000 บาท/ตร.ม. ก็ยังนับว่ายังน่าลงทุนปล่อยเช่าถึงกำไรอยู่แต่ถ้ามากเกินไปกว่านั้นก็ยังถือว่าเสี่ยง ซึ่งการเลือกลงทุนก็ขึ้นอยู่กับความชอบของนักลงทุนและเงินที่จะลงทุนเป็นหลัก

14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า ปัจจัยหรือคุณลักษณะด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Locational Attributes) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีเครื่องหมายทิศทางตรงกับที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ โซนพื้นที่กรุงเทพชั้นใน (INNER) ระยะทางจากสถานีรถไฟฟ้า (BMA) และ ตำแหน่งชั้นของคอนโดมิเนียม (LEVEL) ปัจจัยหรือคุณลักษณะด้านโครงสร้างของคอนโดมิเนียม (Structural Attributes) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และมีเครื่องหมายทิศทางตรงกับที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ จำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ ตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ (FURN) จำนวนชั้นของคอนโดมิเนียม (STOREY) จำนวนห้องในโครงการ (UNIT) พื้นที่ของโครงการ (LAND) และความพร้อมเข้าอยู่ (READY) ปัจจัยหรือคุณลักษณะหรือด้านสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียม (Neighborhood Attributes) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีเครื่องหมายทิศทางตรงกับที่ได้คาดหมายไว้ จำนวน 1 ปัจจัย ได้แก่ ค่าบำรุงส่วนกลาง (FEE)

สมชาย ทรัพย์สินโอฬาร (2552) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนสร้างห้องชุดให้เช่าในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ ผู้เช่าห้องพัก ผู้กำลังมองหาอพาร์ทเมนต์ และกลุ่มอาศัยอยู่บ้านร่วมกับพ่อแม่ที่คาดว่าจะต้องการใช้บริการที่พักอาศัย ประเภทอพาร์ทเมนต์ จำนวน 200 ราย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนต์ จำนวน 5 ราย เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และได้รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานการวิจัย ข้อมูลทางสถิตินำผลรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้ร้อยละ ความถี่ เพื่อนำความข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้โครงการลงทุน ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ภายใต้ข้อสมมุติฐานการยอมรับโครงการที่อัตราผลตอบแทนการลงทุน 9.52% ผลการศึกษพบว่า ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก จำนวน 23,323,120 บาท โดยเป็นส่วนของผู้เช่าของทั้งหมดโครงการตั้งอยู่ในย่านทำเลที่ดีที่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงเรียน และตลาดนัด ด้านหน้าติดถนนทางเข้าหมู่บ้านขนาดใหญ่ที่มีที่จอดรถยนต์ รถจักรยานยนต์ กว้างขวาง และมีขนาดห้องพักที่กว้าง มีระยะเวลาโครงการ 20 ปี ผลการวิเคราะห์ มีระยะเวลาคืนทุน 14.01 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราคิดลด 9.52 เท่ากับ -7,258,191 บาท ซึ่งต่ำกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 5.8901 ดังนั้นโครงการลงทุนอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จึงไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

เบน ซี อารีมาค (Ben C. Arimah. 1992) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “An Empirical Analysis of Demand for Housing Attributes in A Third World City” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ทำการศึกษาอุปสงค์ของคุณลักษณะต่างๆ ของบ้านในประเทศกำลังพัฒนา โดยทำการศึกษาดตลาดของที่อยู่อาศัยประเภทบ้านของเมืองอึบาดานประเทศไนจีเรีย ซึ่งการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการประยุกต์ใช้แบบจำลอง Hedonic Price เพื่อทำการศึกษาความสำคัญของปัจจัยหรือคุณลักษณะต่างๆ ของบ้านที่มีส่วนในการกำหนดราคาบ้าน และส่วนที่สองเป็นการหาอุปสงค์ของคุณลักษณะต่างๆ ของบ้าน โดยนำข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์จากส่วนแรกมาใช้ประมาณการสมการอุปสงค์ โดยตัวแปรทางซ้ายมือของสมการอุปสงค์คือ ปริมาณความต้องการส่วนประกอบต่างๆ ของบ้าน และตัวแปรทางขวามือของสมการอุปสงค์คือ ราคาส่วนประกอบของบ้านที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาส่วนแรก และตัวแปรอื่นซึ่งได้แก่ รายได้ของครอบครัวและขนาดของครอบครัวซึ่งการศึกษานี้มีการกำหนดตัวแปรในแบบจำลองทั้งหมด จำนวน 27 ตัวแปร และได้ถูกแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มแรกเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการประเมินมูลค่าของบ้าน ได้แก่ ค่าเช่ารายปี (ANRENT) และ ประมาณการค่าเช่ารายปี (Ownsval) กลุ่มที่สองเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะด้านโครงสร้างของบ้าน ได้แก่ จำนวนห้องของบ้าน (ROOMS) พื้นที่ห้องโดยเฉลี่ย (AVRMS) ความหนาแน่นของสมาชิกในครอบครัวต่อพื้นที่บ้าน (PLOTSZ) ความหนาแน่นของสมาชิกในครอบครัวต่อพื้นที่ชั้นล่างของบ้าน (PFLRSP) จำนวนชั้นของบ้าน (NOF) จำนวนห้องน้ำ (LAV) อายุของบ้าน (HAGE) ซึ่งทั้งหมดเป็นตัวแปรทั่วไป และ พื้นที่ใช้สอยร่วมกัน (NSHARE) มีท่อประปา (WATER) มีรั้วโดยรอบ (FNC) มีระเบียง (BALC) มีผนังคอนกรีต (WALL) มีหลังคาเป็นวัสดุแร่ใยหิน (ROOF) หลังคามีสภาพเก่า (ROOFOLD) ซึ่งทั้งหมดเป็นตัวแปรหุ่น กลุ่มที่สามเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อมของบ้าน ได้แก่ บริเวณที่มีมลภาวะสูง (POLLUT) บริเวณใกล้กับโรงเรียนที่มีชื่อเสียง (SCHQLTY) บริเวณใกล้กับสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (RECREATE) และบริเวณใกล้กับแหล่งช้อปปิ้ง (SHOPS) ซึ่งตัวแปรทั้งหมดเป็นตัวแปรหุ่น กลุ่มที่สี่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทำเลที่ตั้งของบ้าน ได้แก่ ระยะทางถึงย่านใจกลางเมือง (DISTCBD) ระยะทางถึงสถานที่ทำงาน (DISTWK) ระยะทางถึงโรงเรียน (DISTSCH) ระยะทางถึงโรงพยาบาลหลัก (DSTMHOSP) ระยะทางถึงสถานพยาบาลทั่วไป (DSTOHOSP) และ ระยะทางถึงสนามบิน (DISTAIR) และกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของราคาและคุณลักษณะแ่งต่างๆ ในรูปแบบของ Double-log โดยใช้ตัวอย่างข้อมูลที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจำนวน 1,226 หลัง มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์และความมีนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ในแบบจำลอง โดยผลจากการศึกษาในส่วนแรกพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นตัวแปร พื้นที่ห้องโดยเฉลี่ย (AVRMS) มีท่อประปา (WATER) มีรั้วโดยรอบ (FNC) มีระเบียง (BALC) มีหลังคาเป็นวัสดุแร่ใยหิน (ROOF) หลังคามีสภาพเก่า (ROOFOLD) บริเวณที่มีมลภาวะสูง (POLLUT) บริเวณใกล้กับแหล่งช้อปปิ้ง (SHOPS) ระยะทางถึงสถานที่ทำงาน (DISTWK) ระยะทางถึงโรงเรียน (DISTSCH) ระยะทางถึง

โรงพยาบาลหลัก (DISTRHOSP) ระยะทางถึงสถานพยาบาลทั่วไป (DISTOHOSP) และระยะทางถึงสนามบิน (DISTAIR) หรือเป็นคุณลักษณะที่ไม่มีส่วนในการกำหนดราคาบ้าน และผลการศึกษาในส่วนที่สอง พบว่า การประมาณการสมการอุปสงค์ของคุณลักษณะต่างๆ ของบ้านจะประกอบด้วยตัวแปรคุณลักษณะของบ้านที่มีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้ครอบครัว ขนาดของครอบครัว อาชีพของหัวหน้าครอบครัว และสถานะความเป็นอยู่ขอครอบครัว

ชิน ตุง ลุง (Chin Tung Leong. 2002) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “Valuation of Condominium in Penang, Malaysia: A Hedonic Price Approach” โดยได้ประยุกต์ใช้ Hedonic Price Model เพื่อทำการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนในการกำหนดราคาที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในรัฐปีนังประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีตัวแปรทั้งหมดในการศึกษาจำนวน 10 ตัวแปร และได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มแรกเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทำเลที่ตั้ง (Locational: L) จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ระยะทางจากใจกลางเมือง (CBD) วิวทะเล (Seaview) วิวสวน (Cementry view) และกรรมสิทธิ์ในที่ดิน (Tenure of Land) กลุ่มที่สองเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะโครงสร้าง (Structural: S) จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ พื้นที่ของห้อง (Actual Floor Area) และ ตำแหน่งชั้น (Floor Level) และกลุ่มที่สามเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะสภาพแวดล้อม (Neighborhood: N) จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในคอนโดมิเนียม (Facilities) สิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ (Environmental quality) ความใกล้แหล่งศูนย์การค้า (Shopping centres) ความใกล้สถานศึกษา (Premier school) และกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของราคาและคุณลักษณะแฝงต่างๆ ในรูปแบบของ Semi-natural logarithmic โดยใช้ข้อมูลที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมจำนวน 164 ตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ โดยผล จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือปัจจัยทั้งหมดมีผลต่อการกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในรัฐปีนังประเทศมาเลเซีย

ซีรอม ฮู และซึง-จุน ควัก (Serim Huh; & Seung-Jun Kwak. 1996) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “The Choice of Functional Form and Variables in the Hedonic Price Model in Seoul” โดยศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรใน Hedonic Price Model ระหว่างตัวและตัวแปรปัจจัยในการกำหนดราคาอพาร์ทเมนต์ในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ เพื่อหารูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมาะสม และสามารถอธิบายผลการศึกษาได้ได้อย่างแม่นยำและใกล้เคียงความเป็นจริงได้มากที่สุด ซึ่งการศึกษาได้เลือกทดลองใช้รูปแบบความสัมพันธ์ในหลายรูปแบบเช่นรูปแบบ linear รูปแบบ Semi-log รูปแบบ Double-log และ รูปแบบ Box-Cox transformations โดยปัจจัยในการศึกษามีทั้งหมด 9 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพของสถานศึกษาในเขตที่อยู่อาศัย (School) คุณภาพสิ่งแวดล้อมบริเวณที่อยู่อาศัย (Total Suspend Particulate: TSP) ความใกล้กับถนนใหญ่ (Road)

ระยะทางจากย่านกลางเมือง (Central Business Distric: CBD) ขนาดของโรงพยาบาลในเขตที่อยู่อาศัย (Hospital) สัดส่วนของพื้นที่สีเขียว (Green) จำนวนห้อง(Rooms) ระดับรายได้ผู้อยู่อาศัย (Neighbour) และ อายุของอพาร์ทเมนต์ (Years) และใช้ข้อมูลที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ในกรุงโซล จำนวน 235 แห่ง มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธี Regression Analysis โดยมีการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ทั้งหมดจำนวน 8 รูปแบบ คือ Linear ฟังก์ชัน Semi-log ฟังก์ชัน Double-log ฟังก์ชันประเภทละ 1 รูปแบบ และ Box-Cox ฟังก์ชัน จำนวน 5 รูปแบบ ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับตลาดที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ในกรุงโซลเป็นรูปแบบหนึ่งของ Box-Cox ฟังก์ชัน ซึ่งมีความแตกต่างกับงานวิจัยเกี่ยวกับ ตลาดที่อยู่อาศัยซึ่งมีการประยุกต์ใช้ Hedonic Price Model ของประเทศอื่นๆ เช่นในประเทศ สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง เพราะสถานที่แต่ละแห่งนั้นมีความแตกต่างกันของโครงสร้างของตลาดที่อยู่อาศัย ทำให้ปัจจัยกำหนดราคาที่อยู่อาศัย และรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่อยู่อาศัยและตัวแปรที่เป็นปัจจัยในการกำหนดราคาดังนั้นมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังนั้นการเลือกปัจจัยในการกำหนดราคาที่อยู่อาศัยและรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปัจจัยในการกำหนดราคาที่อยู่อาศัยจึงมีความสำคัญมากในการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของราคาและปัจจัยในการกำหนดราคาที่อยู่อาศัยที่มีการประยุกต์ใช้ Hedonic Price Model

เฮนรี เอ็ม.เค. มุก (Henry M.K. Mok. 1995) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “ A Hedonic Price Model for Private Properties in Hong Kong” โดยประยุกต์ใช้แบบจำลอง Hedonic Price เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของคุณลักษณะเกี่ยวกับ ทำเลที่ตั้ง (Locational Attributes) โครงสร้างคอนโดมิเนียม (Structural Attributes) และสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียม (Neighborhood Attributes) ที่มีต่อระดับราคาของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเกาะฮ่องกง ซึ่งมีการกำหนดตัวแปรในแบบจำลอง จำนวน 8 ตัวแปร และได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มแรกเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทำเลที่ตั้งได้แก่ ระยะทางจากย่านใจกลางเมือง (CBD) ตำแหน่งของชั้นในอาคาร (STORY) และการมองเห็นวิวทะเล (SEAVIEW) กลุ่มที่สองเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะโครงสร้างของคอนโดมิเนียม ได้แก่ ขนาดพื้นที่ของห้อง (Gross Floor Area: GFA) และ อายุใช้งานของคอนโดมิเนียม (AGE) กลุ่มที่สามเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมซึ่งเป็นตัวแปรหุ่นทั้งหมด ได้แก่ ความใกล้กับโรงเรียน (SCHOOL) ความใกล้กับ ความหนาแน่นของผู้พักอาศัย (BGESTAT) และ สถานที่ออกกำลังกาย (SPORTF) และใช้ข้อมูลที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จำนวน 1,027 ตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) และวิธีการ Box-Cox Analysis เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ และความมีนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ในแบบจำลอง โดยผลของการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรทุกตัวในแบบจำลองล้วนมี

นัยสำคัญทางสถิติและมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงราคาของคอนโดมิเนียม ซึ่งผลการศึกษาก็ได้สามารถแสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อคอนโดมิเนียมเป็นผู้ที่ใช้เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อ โดยมีการพิจารณาเปรียบเทียบความเหมาะสมของราคาคอนโดมิเนียมกับคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียมอย่างรอบคอบก่อนทำการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์สามารถสรุปได้ โครงสร้างทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย คุณลักษณะหลายประการซึ่งองค์ประกอบด้านประชากรที่สำคัญ ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ซึ่งอ้างอิงมาจากแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 2000: 211) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมสามารถนำไปใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมายของธุรกิจได้

จากการศึกษาแนวคิดปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของ กาญจน์ วงศ์วัชรกาญจน์ และคณะ (2556) ทำให้ทราบว่าโมเดลนี้เป็นโมเดลที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าได้ไม่นาน เป็นผลงานที่ยังใหม่และยังไม่มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเหตุผลที่ผู้วิจัยนำมาศึกษานี้ ผู้วิจัยมองว่า โมเดลนี้นอกจากจะทำการศึกษามาจากเอกสารจากบทความ งานวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้วนั้น ยังได้มีการศึกษาถึงคอนโดมิเนียมที่ประสบความสำเร็จ คือ คอนโดในเครือบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และ คอนโดในเครือบริษัท ควอด จำกัด ซึ่งผู้วิจัยได้ไปคลุกคลี อยู่กับฝ่ายผู้บริหารของทั้งสองบริษัทและตั้งเป็นกรณีศึกษาโดยนำโมเดลปัจจัยความสำเร็จนี้ไปปรับใช้กับโครงการต่างๆ ว่าเป็นไปตามปัจจัยดังกล่าวหรือไม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก เพราะในปัจจุบันโครงการคอนโดมิเนียมนั้นผุดขึ้นเป็นจำนวนมาก อาจจะเกิดความต้องการ ดังนั้นนักลงทุนควรที่จะศึกษาโมเดลนี้เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในโครงการต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า “THE RUBIK MODEL” แสดงให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องนำมาพิจารณาในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียม เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยปัจจัยสำคัญดังกล่าว สามารถแบ่งได้ เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ (กาญจน์ วงศ์วัชรกาญจน์; และคณะ. 2556) ได้แก่ ปัจจัยหลัก ประกอบด้วยทำเลที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท และการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า ปัจจัยหลักเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกในการประกอบธุรกิจคอนโดมิเนียม เพราะปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าในระดับสูง และ ปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย สภาพแวดล้อม, พันธมิตรทางธุรกิจ, คุณลักษณะของโครงการ, วิธีการดำเนินชีวิต, การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยสนับสนุนเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาควบคู่ไปกับปัจจัยหลัก เพื่อตอบสนองความ

ต้องการของกลุ่มลูกค้าได้เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของบริษัทแทนที่จะตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคู่แข่งแบรนด์อื่นๆ

จากการศึกษาแนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิตของ Hawkins, Best, & Coney (2001) ได้กล่าวว่าส่วนแบ่งการตลาดเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละระดับได้รับความสนใจอย่างมาก ระบบที่ใช้วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่มีชื่อเสียงและนักการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา นิยมใช้เพื่อแบ่งส่วนตลาด และการวางแผนกลยุทธ์การตลาดมากที่สุดในปัจจุบันคือ ระบบค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (The Values & Lifestyles หรือ VALS) ประกอบด้วย องค์ประกอบแรกคือ เกณฑ์ตามแนวนอน (Horizontal Dimension) อันแสดงความคิดเห็นพื้นฐานของผู้บริโภค (Self-orientation) ทั้ง 3 ลักษณะไว้ดังนี้ ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ และผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ องค์ประกอบที่สอง คือ เกณฑ์ตามแนวตั้ง (Vertical Dimension) มี 8 ลักษณะดังนี้กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้อนุรักษนิยม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้แสวงหาประสบการณ์ใหม่ กลุ่มนักปฏิบัติ และ กลุ่มผู้ดื้อรั้น

จากการศึกษาแนวคิดประสบการณ์การลงทุนอสังหาฯ ของ มนุ ลินะวงศ์ (2015) กล่าวว่าเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุนของเขาว่า อสังหาฯ นั้นเขาเพิ่งเข้ามาเมื่อ 5-6 ปีก่อน เป็นจังหวะที่คอนโดฯ เริ่มบูมใหม่ๆ นับจากวิกฤติปี 2540 นอกจากทำเลแล้วจะหลีกเลี่ยงการซื้อแบรนด์ที่ติดตลาดเพราะราคาจะโอเวอร์ แต่จะเลือกลงทุนกับผู้ประกอบการหรือแบรนด์ระดับกลางๆ มีประสบการณ์ในการขึ้นโครงการ 2-3 โครงการที่มีโอกาสเติบโต มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจนจะเลือกซื้อช่วงเปิดตัวช่วงแรกๆ ราคาที่ซื้อจะต้องมีส่วนต่างที่พอทำกำไรได้

จากการศึกษาแนวคิดความรู้ความเข้าใจของ จักรกริช ใจดี (2542) ได้ให้ความหมายความรู้ความเข้าใจว่าเป็นความทรงจำในเรื่องราว ข้อเท็จจริงรายละเอียดต่างๆ และความสามารถในการนำความรู้ที่เก็บรวบรวมมาใช้ดัดแปลง อธิบาย เปรียบเทียบในเรื่องนั้นๆ ได้อย่างมีเหตุผล และความรู้ความเข้าใจเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและรวมถึงการนำความรู้ความเข้าใจไปใช้ในสถานการณ์จริงได้ตามขั้นตอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

จากการศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ใช้แนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (<http://www.sec.or.th>, สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2558) สามารถสรุปได้ว่า อสังหาริมทรัพย์ต่างๆ มีแนวโน้มราคาจะสูงขึ้นในอนาคต ซึ่งอสังหาริมทรัพย์นั้นอาจจะเป็น ที่ดิน หอพัก คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน โรงงาน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่จัดเป็นกลุ่มสินทรัพย์เพื่อการลงทุน (asset class) ประเภทหนึ่ง ซึ่งรูปแบบการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่เราคุ้นเคยกันดีมีอยู่ 2 แบบ ได้แก่ ซื้อเพื่อปล่อยเช่า และ ซื้อเพื่อเก็งกำไร

จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใช้แนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (<http://www.sec.or.th>, สืบค้นเมื่อ, 23 ตุลาคม 2558) สามารถสรุปได้ว่า อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate) ก็เป็นทรัพย์สิน (Property หรือ Asset) ประเภทหนึ่งที่มีผู้สนใจถือครอง และสามารถให้ประโยชน์ หรือแลกเปลี่ยนเป็นเงินทองเพื่อการจับจ่ายใช้สอยได้ อสังหาริมทรัพย์มีลักษณะสำคัญที่แตกต่างไปจากทรัพย์สินประเภทอื่นหลายประการ ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้สำคัญของความเป็นไปได้ในการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาว ลักษณะสำคัญของอสังหาริมทรัพย์มีทั้งในแง่ของกายภาพ ซึ่งมีความเสื่อมโทรมทางกายภาพต่ำหรือน้อยกว่าทรัพย์สินอื่น และลักษณะทางเศรษฐกิจที่จูงใจให้เกิดการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์

จากการศึกษาแนวคิดสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ของ William and Ferrell (2007) สามารถสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจคือ สิ่งต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรและในทางกลับกันก็สามารถได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจ สามารถแบ่งตามปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ขององค์กร นโยบายองค์กร บุคลากรในองค์กร และวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ ซึ่งสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้นี้มีสองตัวด้วยกันคือ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงาน ซึ่งสภาพแวดล้อมนี้เป็นสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงานต่างๆ ขององค์กร ซึ่งเราจะไม่นำมาพิจารณาเป็นปัจจัย แต่เราจะนำเอาสภาพแวดล้อมทั่วไปซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมที่สามารถมองภาพในมุมกว้างได้มาพิจารณา ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การเมือง และกฎหมาย เทคโนโลยี และภัยธรรมชาติ ซึ่งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจนี้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนของคนใดมีเนียมอย่างมากด้วย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการลงทุนสามารถสรุปได้ว่า ในแง่ของการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยภายนอกอันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในรวมทั้งลักษณะส่วนบุคคล โดยปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดแบบจำลองห้าขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 96) ประกอบไปด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลักการตัดสินใจซื้อ มาประกอบพิจารณาเป็นตัวแปรหลักของการวิจัยครั้งนี้

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปร ดังนี้

โชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์ (2555) จากงานวิจัยนี้ มีการใช้ตัวแปรที่เหมือนกันคือ ตัวแปรด้านทำเลที่ตั้ง ตัวแปรด้านคุณลักษณะของโครงการ และตัวแปรด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของ โมเดลความสำเร็จ 10 ประการที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษา

สมชาย ทรัพย์สินโอฬาร (2552) จากงานวิจัยนี้ มีการใช้แนวคิดที่เหมือนกันคือ แนวคิดทฤษฎีหลักการลงทุน และ แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจลงทุน

Ben C. Arimah (1992) จากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยการสร้างบ้านในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมีการใช้ตัวแปรหลักๆ สองตัวคือ ตัวแปรด้านคุณลักษณะต่างๆ ของตัวบ้าน และตัวแปรด้านอุปสงค์ความต้องการบ้าน ซึ่งตัวแปรแรกนั้นมีความเหมือนกับตัวแปรของงานวิจัยชิ้นนี้ แต่ต่างจากคุณลักษณะต่างๆ ของบ้าน เป็นคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโด ส่วนอุปสงค์ด้านความต้องการบ้านนั้นก็ลักษณะใกล้เคียงกับความต้องการลงทุนในคอนโด แต่ต่างกันที่ปัจจัยสภาพแวดล้อมของทั้งสองสิ่งนั่นเอง

Chin Tung Leong (2002) จากงานวิจัยนี้ มีการศึกษา 10 ตัวแปร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งเหมือนกับตัวแปรของผู้วิจัยคือ ตัวแปรกลุ่มแรกคือคุณลักษณะทำเลที่ตั้ง ตัวแปรกลุ่มที่สองคือคุณลักษณะของโครงสร้าง และตัวแปรกลุ่มที่สาม คือ ลักษณะสภาพแวดล้อม ซึ่งตัวแปรทั้งหมดนี้ตรงกับตัวแปรทางด้านโมเดลความสำเร็จ 10 ประการที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา แต่ตัวแปรของผู้วิจัยนั้นจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มเท่านั้น

Serim Huh และ Seung-Jun Kwak (1996) งานวิจัยชิ้นนี้นั้น เหมือนกับงานของผู้วิจัยคือ การหารูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมาะสมและสามารถนำมาอธิบายผลการศึกษาได้อย่างแม่นยำและใกล้เคียงความเป็นจริงให้มากที่สุด และตัวแปรก็มีลักษณะคล้ายคลึงกันในด้านสภาพแวดล้อมๆ รอบๆ โครงการ

Henry M.K. Mok (1995) จากงานวิจัยนี้ มีการใช้ตัวแปรที่คล้ายคลึงกันคือตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการคอนโดมิเนียม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ทำให้ทราบว่าผู้วิจัยหลายๆ ท่านจะเน้นไปที่การศึกษาลักษณะของโครงการคอนโดมิเนียม และสภาพแวดล้อมที่รายล้อมโครงการ เพื่อเป็นตัวกำหนดราคาโครงการต่างๆ ก็เหมือนกับของผู้วิจัยที่ศึกษาในส่วนตัวเดียวกัน แต่ผู้วิจัยยังมีการศึกษาถึงวิถีการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความรู้ความเข้าใจในการลงทุน และรวมถึงประสบการณ์การลงทุนของประชากรที่ศึกษา ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงรายละเอียดที่ชัดเจนขึ้นในแง่ของการตัดสินใจในการลงทุน และผลการศึกษาที่ได้ก็จะสามารถมาอธิบายการลงทุนได้ดีมากขึ้น แต่ทั้งนี้และทั้งนั้นงานวิจัยที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาแม้จะจัดอยู่ในประเภทสังหาริมทรัพย์เหมือนกัน แต่

วัตถุประสงค์ของผู้วิจัยแต่ละท่านก็แตกต่างกันออกไป ตามแต่ท่านใดอยากจะศึกษาในแง่ใด ซึ่งก็ทำให้ตัวแปรที่ใช้ศึกษานั้นต่างกันไปด้วย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอน ดังนี้คือ

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่ออยู่อาศัย เพื่อปล่อยเช่า-ขาย หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ตามกฎหมายจะเรียกว่า “บรรลุนิติภาวะ” (<http://www.chawbanlaw.com>, อินเทอร์เน็ต. 30 สิงหาคม 2558) เพราะในส่วนของกฎหมายนั้นเชื่อว่า เมื่อบุคคลอายุ 20 ปีบริบูรณ์ได้มีการพัฒนาความสามารถทั้งด้านร่างกาย ด้านสติปัญญาในระดับที่สูง โดยได้กำหนดให้บุคคลต่างๆ มีความสามารถที่จะทำอะไรก็ได้ตามสิทธิของตนเองที่มีตามกฎหมายได้เอง โดยไม่ต้องขออนุญาต ไม่ต้องขอความยินยอมหรือขออนุมัติจากผู้ใด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า รวมถึงลงทุนเพื่ออยู่อาศัยในระยะแรก หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียมในรูปแบบต่างๆ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งตามกฎหมายจะเรียกว่า “บรรลุนิติภาวะ” ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ดังนั้นคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณ (กัลยา วานิชปัญษา. 2546: 74) โดยให้ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ค่าระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นค่า $Z = 1.96$

e แทน ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้ 5%

ดังนั้น

$$n = z^2 \div 4e^2$$

$$n = (1.96)^2 \div 4(0.05)^2$$

$$= 385$$

ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยเพิ่มเป็นทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยเก็บตัวอย่างจากผู้ลงทุนหรือเคยลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะนักลงทุนที่ลงทุนและเคยลงทุนในคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จากสถานที่ต่างๆ ทั้ง 5 แห่ง ซึ่งทั้งห้าแห่งนั้น ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าได้ข้อมูลว่า ถ้ามองจากสถานการณ์เศรษฐกิจไทย ในปีพ.ศ. 2558 ในแง่ของการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ สำหรับอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยในปีพ.ศ. 2558 โดยภาพรวมจะอยู่ที่ประมาณ 5-7% ขึ้นอยู่กับต้นทุนที่ซื้อและอัตราค่าเช่าในทำเลนั้นๆ ซึ่งไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมามากนัก โดยสามารถแบ่งเป็น 3 โซน 5 ทำเลคอนโดสุดฮอตที่คุ้มค่าน่าลงทุนพ.ศ. 2558 ดังนี้ โซนแรกคือโซนศูนย์กลางธุรกิจ CBD (central business district) ประกอบด้วย ทำเล สาทร-สีลม-บางรัก และ ทำเล รัชดาฯ-พระราม9 โซนที่สองคือโซนยอดนิยมชาวต่างชาติ (Expat) ได้แก่ ทำเล พร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง และโซนสุดท้ายคือโซนส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า (BTS & MRT) ประกอบด้วย ทำเล อ่อนนุช-แบร์รี่ และ ทำเล ท่าพระ-ตากสิน (<http://www.propertytoday.in.th/>, สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2558)

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) จากขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 คน เลือกตัวอย่างจากประชากรในเขตตัวอย่างที่สุ่มได้จากขั้นตอนที่ 1 เขตละ 80 คน เพื่อให้ตรงกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

ตาราง 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่

ทำเล (เขต)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
สาทร-สีลม-บางรัก	80
รัชดาฯ-พระราม9	80
พร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง	80
อ่อนนุช-แบร์ริง	80
ท่าพระ-ตากสิน	80
รวมทั้งสิ้น	400

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะนักลงทุนที่ลงทุนและเคยลงทุนคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสถานที่ 5 ทำเลที่เลือกไว้โดยระบุเจาะจงสถานที่เก็บข้อมูลในทำเลทั้ง 5 ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

ทำเล ย่านสาทร-สีลม-บางรัก ประกอบด้วย เดอะฮัตตัน สาทร 7 ศุภาลัย เอลิท์ สุรวงศ์ พาร์ค สาทร ดิแอตเดรส สาทร แอสตัน จุฬา-สาทร และลุมพินีวิลล์ พระแม่มาลี-สาทร

ทำเล ย่านรัชดาฯ-พระราม9 ประกอบไปด้วย The Remarkable Circle 2 Livino Prototype Noble Revolve Grand Belle Rama9 Aspire Rama9 และแฮปปี้คอนโด

ทำเล ย่านพร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง ประกอบไปด้วย เดอะซิตี มูซี่ สุขุมวิท 26 คอนโดเลต ดเวล สุขุมวิท 26 ดาวน์ทาวน์ 49 เบเวอร์ลี่ 33 โนเบิล รีไฟน์ อาร์ท แอท ทองหล่อ 25 เซก สุขุมวิท 43 และไฮมิลิเทอรี่ดีโน

ทำเล ย่านอ่อนนุช-แบร์ริง ประกอบไปด้วย ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช 46 รีเจนท์ โฮม 14 สุขุมวิท93 เอสเปซ สุขุมวิท 72 Kingsbridge แบร์ริง Pause 107 และ Villa Lasalle

ทำเล ย่านท่าพระ-ตากสิน ประกอบไปด้วย เดอะรูนสาทร-ตากสิน วิถี เดอะสโรว คอลเลคชั่น วอร์เตอร์มาร์ค เจ้าพระยา ริเวอร์ แมกโนเลียส์ วอเตอร์ฟรอนท์ เรสซิเดนซ์ ณ ไคคอนสยาม ลุมพินีเพลสรัชดา-ท่าพระ และ NYE By Sansiri

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสม โดยมีการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ได้มาใจและสะดวกที่จะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 7 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด (Close-ended response questions) และมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) โดยตอบให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งอายุของกลุ่มตัวอย่าง (ธมหลวงธรณ ศรียาค. 2550: 251) ดังนี้

1. 20 - 29 ปี
2. 30 - 39 ปี
3. 40 - 49 ปี
4. 50 - 59 ปี
5. 60 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

1. โสด
2. สมรส / อยู่ด้วยกัน
3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง (ธมหลวงธรณ ศรียาค. 2550: 251) ดังนี้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
2. 15,001 - 30,000 บาท

3. 30,001 – 45,000 บาท
4. 45,001 – 60,000 บาท
5. 60,001 – 75,000 บาท
6. 75,001 เป็นต้นไป

ข้อที่ 6 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

1. ข้าราชการ
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. ผู้บริหาร/จัดการ
4. ค้าขาย
5. เกษตรกร
6. แม่บ้าน
7. นักศึกษา/นักเรียน
8. เกษียน/ว่างงาน
9. ผู้ประกอบการ
10. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลประสบการณ์การลงทุนจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วยคำถามประสบการณ์การลงทุนเป็นจำนวนปี ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์เป็นจำนวนปี และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด(Close-ended response questions) และมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) โดยตอบให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ข้อ 1 ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) (ธมฉรรณ ศรีคำ 2550: 251) ได้แก่

1. น้อยกว่า 1 ปี
2. 1 – 5 ปี
3. 6 – 10 ปี
4. มากกว่า 10 ปี

ข้อ 2 ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ของท่าน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) (ธมฉรรณ ศรีคำ, 2550: 251) ได้แก่

1. น้อยกว่า 1 ปี

2. 1 – 5 ปี

3. 6 – 10 ปี

4. มากกว่า 10 ปี

ข้อ 3 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของท่าน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

1. แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ

2. แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า ฯลฯ

3. แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

4. แหล่งประสบการณ์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการลงทุน โดยแบบสอบถามเป็นรูปแบบคำถามปลายปิด (Close-ended question) แบบ 2 ตัวเลือก (Two-way question) จำนวน 11 ข้อ ต้องการคำตอบว่า "ใช่" 10 ข้อ คือข้อ 1 – ข้อ 10 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตอบถูกให้คะแนน 1 คะแนน

ตอบผิดให้คะแนน 0 คะแนน

การอธิบายผลการวิจัยของแบบสอบถามตอนที่ 3 จะใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยเมื่อรวมคะแนนและแจกแจงความถี่แล้ว จะแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 129)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{10 - 0}{5} \\ &= 2 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย

ระดับความเข้าใจ

สามารถตอบคำถามได้ 9-10 คะแนน

มีความรู้ความเข้าใจระดับมากที่สุด

สามารถตอบคำถามได้ 7-8 คะแนน

มีความรู้ความเข้าใจระดับมาก

สามารถตอบคำถามได้ 5-6 คะแนน

มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง

สามารถตอบคำถามได้ 3-4 คะแนน

มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย

สามารถตอบคำถามได้ 0-2 คะแนน

มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ สภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ 3 ข้อ และสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ 5 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 166) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยโดยที่กำหนดความสำคัญของคะแนนใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 80 -81)

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

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 - 5.00	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญในระดับมาก
2.61 - 3.40	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญในระดับน้อย
1.00 - 1.80	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ปัจจัยหลัก 15 ข้อ และปัจจัยสนับสนุน 25 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 166) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 35 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยโดยที่กำหนดความสำคัญของคะแนนใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 80 -81)

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

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำเร็จ
4.21 - 5.00	ปัจจัยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	ปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก
2.61 - 3.40	ปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	ปัจจัยมีความสำคัญในระดับน้อย
1.00 - 1.80	ปัจจัยมีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 แบบสอบถามรูปแบบการดำเนินชีวิต แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ เกณฑ์ตามแนวนอน 9 ข้อ และเกณฑ์ตามแนวตั้ง 24 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541: 166) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 33 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยโดยที่กำหนดความสำคัญของคะแนนใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 80 -81)

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

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	ระดับรูปแบบการดำเนินชีวิต
4.21 - 5.00	มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับระดับมาก
2.61 - 3.40	มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 7 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) กำหนดการให้คะแนนระดับความคิดเห็น 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 14 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้ ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยโดยที่กำหนดความสำคัญของคะแนนใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 80 -81)

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

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการตัดสินใจ
4.21 - 5.00	มีการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีการตัดสินใจในระดับระดับมาก
2.61 - 3.40	มีการตัดสินใจในระดับระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	มีการตัดสินใจในระดับระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีการตัดสินใจในระดับระดับน้อยที่สุด

3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประสบการณ์การลงทุน ความรู้ความเข้าใจในการลงทุน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (BURIX Model) รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนกระบวนการการตัดสินใจลงทุน
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเกี่ยวกับสำนวนภาษาให้เข้าใจง่าย เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษา
6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 30 คน โดยใช้สูตรครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546: 449) เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น
7. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $-1 \leq \alpha \leq +1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 49)

สภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้	.906
สภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้	.847
ทำเลและที่ตั้ง	.920
โครงการคอนโดมิเนียม	.752
ภาพลักษณ์ของบริษัท	.925
การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า	.822
สภาพแวดล้อม	.910
พันธมิตรทางธุรกิจ	.940
คุณลักษณะโครงการ	.855
วิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้า	.775
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	.811
สิ่งอำนวยความสะดวก	.796
ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ	.911
ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ	.840
ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ	.931
กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต	.930
กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์	.871
กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม	.905
กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ	.750
กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม	.898
กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่	.951
กลุ่มนักปฏิบัติ	.750
กลุ่มผู้ตื่น	.829
การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	.849

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร วารสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

1.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการลงทุน และแบบสอบถามตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบบสอบถามตอนที่ 5 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ แบบสอบถามตอนที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต และแบบสอบถามตอนที่ 7 การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบบสอบถามตอนที่ 5 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (BURIX Model) แบบสอบถามตอนที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต และแบบสอบถามตอนที่ 7 การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที่ (Independent Statistic) โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ

2.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way analysis of Variance) โดยทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สมมติฐานข้อที่ 2 ประสิทธิภาพการลงทุน และสมมติฐานข้อที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

2.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของสภามิตรทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร และสมมติฐานข้อที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของสภามิตรทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.4 การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปกับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 โมเดลความสำเร็จ 10 ประการ

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545:39) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$P = \frac{f(100)}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ หรือ % (Percentage)

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 39) โดยมีสูตรดังนี้

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนน

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่ออธิบายลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 48) โดยใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n N(x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X แทน ข้อมูลแต่ละจำนวน

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย(Mean) ของข้อมูลในชุด

n แทน จำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 449)

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance} / \text{variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

k แทน จำนวนคำถาม

covariance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ

variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และสถานภาพและสมมติฐานข้อที่ 2 โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544:135) ใช้สูตรดังนี้

กรณีที่ความแปรปรวนของกลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน $s_1^2 \neq s_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

$$\text{โดยที่ } df = \frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1}\right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}{n_2 - 1}}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของกลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม เท่ากัน $s_1^2 = s_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

โดยที่ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{x}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1

$\bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2

s_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

s_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ 1

n_2 แทน ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ 2

df แทน องศาอิสระ(Degree of freedom)

3.2 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA (Analysis of Variance) หรือค่าความแปรปรวนทิศทางเดียว โดยการทดสอบความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม (กัลยา วาณิชยปัญญา 2544: 175) สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นแรก จะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าความแปรปรวนของกลุ่มโดยใช้สถิติ Levene test ซึ่งจะพิจารณาผลการทดสอบค่าความแปรปรวน ดังนี้

กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม (ค่า sig มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05) จะใช้ค่าสถิติ F-test ทดสอบความแตกต่าง

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) แบบการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 175)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	k-1	SS_b	MS_b	MS_b / MS_w
ภายในกลุ่ม	n-k	SS_w	MS_w	MS_b / MS_w
ทั้งหมด	n-1	SS_t		

เมื่อ k แทนค่า จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน

n แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

F แทนค่า ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution

SS_b แทนค่า ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม

k - 1 แทนค่า ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม

SS_w แทนค่า ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Square)

n - k แทนค่า ชั้นแห่งความอิสระภายในกลุ่ม

MS_b แทนค่า ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

MS_w แทนค่า ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown-Forsythe (β) ในกรณีที่ความแปรปรวนแตกต่าง (Hartung. 2001: 300) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$\beta = \frac{MS_B}{MS_W}$$

โดยที่ $MS_B = \frac{\sum (1-n_i)S_i^2}{k-1}$

เมื่อ β แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe

MS_B แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

MS_W แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown -forsythe (Mean Square Within Groups for Brown forsythe)

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

S แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 333) ใช้สูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2, n-k} \sqrt{\left[MSE \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ LSD แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่ม ตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j

MSE แทน Mean Square Error (MS_w)

k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

α แทน ความคลาดเคลื่อน

สูตรวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett's T3 (Keppel. 1982: 153 – 155) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

- เมื่อ d_D แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
 q_D แทน ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
 $MS_{S/A}$ แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
 S แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย Pearson Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน ที่แต่ละตัว มีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันดับ (Interval scale) ขึ้นไปเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 3 และ 4 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 280)

$$r_{XY} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

- โดยที่ r_{XY} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนน X
 $\sum y$ แทน ผลรวมของคะแนน Y
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนน X แต่ละตัวยกกำลังสอง
 $\sum y^2$ แทน ผลรวมของคะแนน Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
 $\sum xy$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X กับ Y ทุกคู่
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1.00 ถึง +1.00 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย

3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

4. ค่า r เข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

5. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

ตาราง 3 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
± 0.81 ถึง ± 1.00	หมายถึง มีความสัมพันธ์สูงมาก
± 0.61 ถึง ± 0.80	หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง
± 0.41 ถึง ± 0.60	หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง
± 0.21 ถึง ± 0.40	หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
± 0.01 ถึง ± 0.20	หมายถึง มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
0.00	หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

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

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k + \varepsilon$$

เมื่อ y_i แทน ตัวแปรตาม

x แทน ตัวแปรอิสระ

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการเชิงถดถอย จะใช้สัญลักษณ์ 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 “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom) (ในตาราง F - test)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Unstandardized)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณ
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
Sig.2 tailed	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
y_1	แทน	การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม
x_1	แทน	ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง
x_2	แทน	ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือโครงการ
x_3	แทน	ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท
x_4	แทน	ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า

- x_5 แทน ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ
- x_6 แทน ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ
- x_7 แทน ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านคุณลักษณะของโครงการ
- x_8 แทน ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านวิถีการดำเนินชีวิต
- x_9 แทน ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาด
- x_{10} แทน ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุน
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์
- ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ
- ตอนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- ตอนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 6 ข้อ ดังนี้

1. มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
3. นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน
4. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

5. โมเดลความสำเร็จ 10 ประการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของคนใดมีเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

6. รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของคนใดมีเนียม ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	171	42.75
หญิง	229	57.25
รวม	400	100.0
2. อายุ		
20 - 29 ปี	207	51.75
30 - 39 ปี	115	28.75
40 - 49 ปี	53	13.25
50 - 59 ปี	21	5.25
60 ปีขึ้นไป	4	1.00
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพ		
โสด	260	65.00
สมรส/อยู่ด้วยกัน	128	32.00
หม้าย/อยู่ร้าง/แยกกันอยู่	12	3.00
รวม	400	100.0
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	98	24.50
ปริญญาตรี	262	65.50
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.00
รวม	400	100.0
5. อาชีพ		
ข้าราชการ	69	17.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	92	23.00
ผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานเอกชน	22	5.50
ผู้ประกอบการ	53	13.25
นักเรียน/นักศึกษา	91	22.75
เกษียณ/ว่างงาน	21	5.25
อื่นๆ เช่น ค้าขาย	52	13.00
รวม	400	100.0
6. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	159	39.75
15,001 – 30,000 บาท	151	37.75
30,001 - 45,000 บาท	58	14.50
45,001 – 60,000 บาท	18	4.50
60,001 – 75,000 บาท	12	3.00
75,001 บาทขึ้นไป	2	0.50
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน สามารถอธิบายข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และเป็นเพศชายจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาได้แก่ สถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และมีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาได้แก่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมาได้แก่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 อาชีพข้าราชการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อาชีพผู้ประกอบการ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 อาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 อาชีพผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานเอกชน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และเกษียณ/ว่างงาน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

รายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รายได้ระหว่าง 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้ระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 รายได้ระหว่าง 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และรายได้ 75,001 บาทขึ้นไปจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

เนื่องจากลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ และเงินเดือน บางกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่น้อยเกินไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมปรับปรุงกลุ่มข้อมูลใหม่เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ซึ่งได้กลุ่มใหม่ดังนี้

ตาราง 5 แสดง จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ และรายได้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
20 - 29 ปี	207	51.75
30 - 39 ปี	115	28.75
40 ปีขึ้นไป	78	19.50
รวม	400	100.0
2. สถานภาพ		
โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	272	68.00
สมรส/อยู่ด้วยกัน	128	32.00
รวม	400	100.0
3. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	159	39.75
15,001 – 30,000 บาท	151	37.75
30,001 บาทขึ้นไป	90	22.50
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักลงทุนที่จัดกลุ่มใหม่ ในการแบ่งชั้นความถี่ใหม่ เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด /หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และมีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32

รายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุน

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน

ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์		
น้อยกว่า 1 ปี	273	68.25
1 – 5 ปี	79	19.75
6 – 10 ปี	30	7.50
มากกว่า 10 ปี	18	4.50
รวม	400	100.00
2. ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์		
น้อยกว่า 1 ปี	248	62.00
1 – 5 ปี	89	22.25
6 – 10 ปี	42	10.50
มากกว่า 10 ปี	21	5.25
รวม	400	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน		
แหล่งบุคคล	272	68.00
แหล่งการค้า	83	20.75
แหล่งชุมชน	21	5.25
แหล่งประสบการณ์	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน สามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุนได้ดังต่อไปนี้

ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาได้แก่ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ 1-5 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ 6-10 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ มากกว่า 10 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาได้แก่ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ 1-5 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ มากกว่า 10 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งบุคคล จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาได้แก่ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งการค้า จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งประสบการณ์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งชุมชน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์

การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 7 แสดงผลระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถาม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
1. อสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์สินที่อยู่ใกล้ตัวในชีวิตประจำวันของคนเรา	395	98.75	5	1.25
2. การลงทุนอสังหาริมทรัพย์โดยพื้นฐานที่สุดคนทั่วไปมักนึกถึงก็คือบ้าน	365	91.25	35	8.75
3. ที่ดิน หอพัก คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน โรงงาน ฯลฯ จัดเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนประเภทหนึ่ง	385	96.25	15	3.75
4. รูปแบบการลงทุนในสินทรัพย์ที่คุ้นเคยกันคือซื้อเพื่อเก็งกำไร	349	87.25	51	12.75
5. รูปแบบการลงทุนในสินทรัพย์ที่คุ้นเคยกันคือซื้อเพื่อปล่อยเช่า	338	84.5	62	15.5
6. ซื้อเพื่อปล่อยเช่าเป็นการลงทุนระยะยาวเพื่อเก็บเกี่ยวผลตอบแทนที่จะได้รับอย่างต่อเนื่องจากค่าเช่าเป็นงวดๆ	372	93.00	28	7.00
7. การเก็งกำไร เป็นการลงทุนระยะสั้น ในกรณีนี้ผู้ลงทุนจะเข้าไปลงทุนอสังหาริมทรัพย์มีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น หรืออยู่ในทำเลที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาด โดยการคาดการณ์ว่าในอนาคตราคาอสังหาริมทรัพย์จะสูงขึ้น และก็ขายอสังหาริมทรัพย์ออกไปเพื่อเก็งกำไรจากส่วนต่างราคา	354	88.50	46	11.50

ตาราง 7 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
8. อสังหาริมทรัพย์มีความสัมพันธ์กับสินทรัพย์ทางการเงินต่ำ ราคาของสินทรัพย์จึงไม่ได้เคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกันกับสินทรัพย์ทางการเงินอื่นๆ	314	78.5	86	21.5
9. การลงทุนอสังหาริมทรัพย์เป็นการป้องกันความเสี่ยงค่าของเงินลงทุนจากอัตราเงินเฟ้อได้ดีระดับหนึ่ง	333	83.25	67	16.75
10. การลงทุนอสังหาริมทรัพย์มักใช้เงินลงทุนสูงและมีภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา แต่มีสภาพคล่องในการซื้อขายต่ำ	347	86.25	53	13.25
11. นักลงทุนสามารถลงทุนอสังหาริมทรัพย์ผ่านกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (property fund) ที่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจัดตั้งขึ้น	363	90.75	37	9.25

จากตาราง 7 แสดงผลระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 1 ที่กล่าวว่า อสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์สินที่อยู่ใกล้ตัวในชีวิตประจำวันของคนเรา มีผู้ตอบถูก 395 คน คิดเป็นร้อยละ 98.75 และมีผู้ตอบผิด 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 2 ที่กล่าวว่า การลงทุนอสังหาริมทรัพย์โดยพื้นฐานที่สุดคนทั่วไปมักนึกถึงก็คือบ้าน มีผู้ตอบถูก 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.25 และมีผู้ตอบผิด 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 3 ที่กล่าวว่า ที่ดิน หอพัก คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน โรงงาน ฯลฯ จัดเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนประเภทหนึ่ง มีผู้ตอบถูก 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.25 และมีผู้ตอบผิด 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 4 ที่กล่าวว่า รูปแบบการลงทุนในสินทรัพย์ที่คุ้นเคยกันคือซื้อเพื่อเก็งกำไร มีผู้ตอบถูก 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.25 และมีผู้ตอบผิด 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 5 ที่กล่าวว่า รูปแบบการลงทุนในสินทรัพย์ที่คุ้นเคยกันคือซื้อเพื่อปล่อยเช่า มีผู้ตอบถูก 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 และมีผู้ตอบผิด 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 6 ที่กล่าวว่าซื้อเพื่อปล่อยเช่าเป็นการลงทุนระยะยาวเพื่อเก็บเกี่ยวผลตอบแทนที่จะได้รับอย่างต่อเนื่องจากค่าเช่าเป็นงวดๆ มีผู้ตอบถูก 372 คน คิดเป็นร้อยละ 93 และมีผู้ตอบผิด 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 7 ที่กล่าวว่า การเก็งกำไร เป็นการลงทุนระยะสั้น ในกรณีนี้ผู้ลงทุนจะเข้าไปลงทุนอสังหาริมทรัพย์มีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น หรืออยู่ในทำเลที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาด โดยการคาดการณ์ว่าในอนาคตราคาอสังหาริมทรัพย์จะสูงขึ้น และก็ขายอสังหาริมทรัพย์ออกไปเพื่อเก็งกำไรจากส่วนต่างราคา มีผู้ตอบถูก 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.50 และมีผู้ตอบผิด 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 8 ที่กล่าวว่า อสังหาริมทรัพย์มีความสัมพันธ์กับสินทรัพย์ทางการเงินต่ำ ราคาของสินทรัพย์จึงไม่ได้เคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกันกับสินทรัพย์ทางการเงินอื่นๆ มีผู้ตอบถูก 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 และมีผู้ตอบผิด 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 9 ที่กล่าวว่า การลงทุนอสังหาริมทรัพย์เป็นการป้องกันความเสี่ยงค่าของเงินลงทุนจากอัตราเงินเฟ้อได้ระดับหนึ่ง มีผู้ตอบถูก 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.25 และมีผู้ตอบผิด 67 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 10 ที่กล่าวว่า การลงทุนอสังหาริมทรัพย์มักใช้เงินลงทุนสูง และมีภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา แต่มีสภาพคล่องในการซื้อขายต่ำ มีผู้ตอบถูก 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.25 และมีผู้ตอบผิด 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75

นักลงทุน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ในข้อที่ 11 ที่กล่าวว่า นักลงทุนสามารถลงทุนอสังหาริมทรัพย์ผ่าน กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (property fund) ที่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจัดตั้งขึ้น มีผู้ตอบถูก 363 คน คิดเป็นร้อยละ 90.75 และมีผู้ตอบผิด 47 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้รวมคะแนนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ทั้งหมด 11 ข้อ และสรุปรวมผลคะแนนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ดังตาราง 8

ตาราง 8 แสดงคะแนนรวมระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร

ผลรวมคะแนน ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน	จำนวน นักลงทุน (คน)	ร้อยละ
ตอบถูก 3 ข้อ	1	0.25
ตอบถูก 4 ข้อ	3	0.75
ตอบถูก 6 ข้อ	8	2.00
ตอบถูก 7 ข้อ	17	4.25
ตอบถูก 8 ข้อ	59	14.75
ตอบถูก 9 ข้อ	56	14.00
ตอบถูก 10 ข้อ	58	14.50
ตอบถูก 11 ข้อ	198	49.50
รวม	400	10 0.00

จากตาราง 8 แสดงผลคะแนนรวมระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบถูก 11 ข้อ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ตอบถูก 8 ข้อ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตอบถูก 10 ข้อ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตอบถูก 9 ข้อ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตอบถูก 7 ข้อ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตอบถูก 6 ข้อ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตอบถูก 4 ข้อ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และตอบถูก 3 ข้อ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ในเขต กรุงเทพมหานคร

ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน	จำนวน นักลงทุน (คน)	ร้อยละ
ความรู้ความเข้าใจระดับน้อยที่สุด (ตอบถูก 0-2 ข้อ)	-	-
ความรู้ความเข้าใจระดับน้อย (ตอบถูก 3-4 ข้อ)	4	1.00
ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง (ตอบถูก 5-6 ข้อ)	8	2.00
ความรู้ความเข้าใจระดับมาก (ตอบถูก 7-8 ข้อ)	76	19.00
ความรู้ความเข้าใจระดับมากที่สุด (ตอบถูก 9-11 ข้อ)	312	78.00
รวม	400	10 0.00

ตาราง 9 แสดงระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจระดับมากที่สุด จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาได้แก่ความรู้ความเข้าใจระดับมาก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และความรู้ความเข้าใจระดับน้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนักลงทุน ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ และสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร รวบรวมรายด้าน

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	Mean	S.D.	แปลผล
1. สภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้	4.21	0.622	มากที่สุด
2. สภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้	4.17	0.629	มาก
รวม	4.18	0.563	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 10 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนักลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับ
มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับสภาพแวดล้อมในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน
ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และมีระดับของสภาพแวดล้อมในระดับ
มาก จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนัก
ลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้			
1. โครงสร้างของบริษัท	4.18	0.760	มาก
2. กลยุทธ์ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การสร้างเสร็จ ก่อนขาย การขายแบบ One Stop Service การใช้ Social Media เป็นต้น	4.25	0.728	มากที่สุด
3. ทักษะ ความรู้ และความสามารถ ของพนักงาน	4.20	0.744	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้โดยรวม	4.21	0.622	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 11 พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านสภาพแวดล้อมที่
ควบคุมได้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

สภาพแวดล้อมด้านกลยุทธ์ที่บริษัทใช้ดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาได้แก่ ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงาน กับด้านโครงสร้างของบริษัท อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ 4.18 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้			
1. สภาพะทางด้านเศรษฐกิจ	4.20	0.743	มาก
2. การเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	4.36	0.721	มากที่สุด
3. สภาพะทางด้านการเมืองและกฎหมาย	4.28	0.804	มากที่สุด
4. สภาพะทางสังคมและวัฒนธรรม	4.14	0.810	มาก
5. สภาพะทางด้านภัยธรรมชาติ	4.01	0.919	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้โดยรวม	4.17	0.629	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 12 พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สภาพแวดล้อมด้านการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และ 4.28 และสภาพแวดล้อมด้านสภาพะทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสภาพะทางสังคมและวัฒนธรรม และด้านสภาพะทางด้านภัยธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 4.14 และ 4.01 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า สภาพแวดล้อมโครงการ พันธมิตรทางธุรกิจ คุณลักษณะของโครงการ วิธีการดำเนินชีวิต การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร รวบรวมรายด้าน

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ	Mean	S.D.	แปลผล
1. ทำเลที่ตั้ง	4.54	0.544	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ	4.44	0.559	มากที่สุด
3. ภาพลักษณ์ของบริษัท	4.36	0.613	มากที่สุด
4. การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า	4.23	0.684	มากที่สุด
5. สภาพแวดล้อมโครงการ	4.51	0.735	มากที่สุด
6. พันธมิตรทางธุรกิจ	4.29	0.641	มากที่สุด
7. คุณลักษณะของโครงการ	4.49	0.594	มากที่สุด
8. วิธีการดำเนินชีวิต	4.33	0.649	มากที่สุด
9. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	4.24	0.552	มากที่สุด
10. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.64	0.516	มากที่สุด
รวม	4.41	0.459	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 13 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับของ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ในระดับมากที่สุด จำนวน 10 ด้าน ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมาได้แก่ทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 สภาพแวดล้อมโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คุณลักษณะของโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ภาพลักษณ์ของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 วิธีการดำเนินชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พันธมิตรทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านทำเลที่ตั้ง			
1. ทำเลและที่ตั้งคอนโดมิเนียมอยู่ในแนวรถไฟฟ้า หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน	4.65	0.571	มากที่สุด
2. คอนโดมิเนียมอยู่ใจกลางเมือง	4.50	0.735	มากที่สุด
3. การคมนาคมสะดวกสบาย เดินทางได้หลากหลายช่องทาง	4.68	0.568	มากที่สุด
4. คอนโดมิเนียมอยู่ติดมหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล	4.43	0.697	มากที่สุด
5. พื้นที่รอบๆ คอนโดมิเนียมมีโอกาสการพัฒนาที่ดินได้ในอนาคต	4.43	0.742	มากที่สุด
ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวม	4.54	0.544	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 14 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อการคมนาคมสะดวกสบาย เดินทางได้หลากหลายช่องทาง ข้อทำเลและที่ตั้งคอนโดมิเนียมอยู่ในแนวรถไฟฟ้า หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน ข้อคอนโดมิเนียมอยู่ใจกลางเมือง ข้อคอนโดมิเนียมอยู่ติดมหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และข้อพื้นที่รอบๆ คอนโดมิเนียมมีโอกาสการพัฒนาที่ดินได้ในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 4.65 4.50 4.43 และ 4.23 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านโครงการคอนโดมิเนียม

โครงการคอนโดมิเนียม	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านโครงการคอนโดมิเนียม			
1. มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้	4.49	0.664	มากที่สุด
2. การออกแบบคอนโดมิเนียมมีความทันสมัย	4.45	0.670	มากที่สุด
3. นิติบุคคลในการดูแลโครงการ	4.27	0.739	มากที่สุด
4. วัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้างแข็งแรงคงทนต่อสภาวะแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ	4.54	0.677	มากที่สุด
ด้านโครงการคอนโดมิเนียมโดยรวม	4.44	0.559	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 15 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านโครงการคอนโดมิเนียม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านโครงการคอนโดมิเนียม อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้างแข็งแรงคงทนต่อสภาวะแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ ข้อมีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ ข้อการออกแบบคอนโดมิเนียมมีความทันสมัย และข้อนิติบุคคลในการดูแลโครงการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 4.49 4.45 และ 4.27 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท

ภาพลักษณ์ของบริษัท	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท			
1. เป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี	4.28	0.697	มากที่สุด
2. ประสิทธิภาพ ความชำนาญ และชื่อเสียงของบริษัท	4.41	0.680	มากที่สุด
3. มีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การดูแลชุมชนรอบๆ คอนโดมิเนียม	4.38	0.716	มากที่สุด
ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทโดยรวม	4.36	0.613	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 16 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านภาพลักษณ์ของบริษัท อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อ ประสิทธิภาพ ความชำนาญ และชื่อเสียงของบริษัท ข้อมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การดูแลชุมชนรอบๆ คอนโดมิเนียม และข้อเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 4.38 และ 4.28 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า

การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า			
1. การรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเป็นอย่างดี	4.21	0.761	มากที่สุด
2. การรู้วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการซื้อ-เช่าคอนโดของลูกค้า	4.29	0.722	มากที่สุด
3. การรู้ฐานะทางการเงินและแหล่งที่มาของรายได้ ของลูกค้า	4.20	0.824	มาก
ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าโดยรวม	4.23	0.684	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 17 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อการรู้วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการซื้อ-เช่าคอนโดของลูกค้า และ ข้อการรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.21 และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อการรู้ฐานะทางการเงินและแหล่งที่มาของรายได้ ของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ

สภาพแวดล้อมโครงการ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ			
1. การออกแบบทัศนียภาพภายในโครงการ เช่น การออกแบบโครงการคอนโดมิเนียมให้รายล้อมไปด้วยต้นไม้ นานาชนิด	4.54	1.585	มากที่สุด
2. สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ เช่น คอนโดมิเนียมอยู่ติดริมแม่น้ำ สวนสาธารณะ อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เป็นต้น	4.48	0.671	มากที่สุด
3. มีการจัดการสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในให้มีความสะอาด เสริมสร้างสุขลักษณะที่ดีทั้งภายในคอนโดและชุมชนโดยรวม	4.51	0.682	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมโครงการโดยรวม	4.51	0.735	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 18 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อมีการจัดการสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในให้มีความสะอาด เสริมสร้างสุขลักษณะที่ดีทั้งภายในคอนโดและชุมชนโดยรวม ข้อการออกแบบทัศนียภาพภายในโครงการ เช่น การออกแบบโครงการคอนโดมิเนียมให้รายล้อมไปด้วยต้นไม้ นานาชนิด และข้อสภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ เช่น คอนโดมิเนียมอยู่ติดริมแม่น้ำ สวนสาธารณะ อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 4.54 และ 4.48 ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ

พันธมิตรทางธุรกิจ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ			
1. มีการจัดหาธนาคาร ซึ่งเป็นที่ปรึกษา และแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ	4.33	0.698	มากที่สุด
2. มีบริษัทพันธมิตร เพื่ออาศัยจุดแข็งของแต่ละบริษัทในการเกื้อกูลกันทางธุรกิจ	4.25	0.734	มากที่สุด
3. มีนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อสร้างการระดมทุน ให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และมีทุนจดทะเบียนสูง เพื่อช่วยให้โครงการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น	4.30	0.709	มากที่สุด
ด้านพันธมิตรทางธุรกิจโดยรวม	4.29	0.641	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 19 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อมีการจัดหาธนาคาร ซึ่งเป็นที่ปรึกษา และแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ข้อมีนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อสร้างการระดมทุน ให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และมีทุนจดทะเบียนสูง เพื่อช่วยให้โครงการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และข้อมีบริษัทพันธมิตร เพื่ออาศัยจุดแข็งของแต่ละบริษัทในการเกื้อกูลกันทางธุรกิจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 4.30 และ 4.25 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณลักษณะโครงการ

คุณลักษณะโครงการ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านคุณลักษณะโครงการ			
1. การออกแบบห้อง มีความสวยงามทันสมัย	4.45	0.684	มากที่สุด
2. คุณประโยชน์ด้านการใช้งาน ลักษณะของคนใดมีเนียมเหมาะสม และเอื้อประโยชน์กับการใช้งาน เช่น ขนาดห้องมีความเหมาะสมกับการอยู่ เป็นครอบครัว	4.55	0.650	มากที่สุด
3. การออกแบบรูปแบบอาคารมีความทันสมัยและเป็นมาตรฐานสากล	4.46	0.689	มากที่สุด
ด้านคุณลักษณะโครงการโดยรวม	4.49	0.594	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 20 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านคุณลักษณะโครงการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านคุณลักษณะโครงการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อคุณประโยชน์ด้านการใช้งาน ลักษณะของคนใดมีเนียมเหมาะสม และเอื้อประโยชน์กับการใช้งาน เช่น ขนาดห้องมีความเหมาะสมกับการอยู่ เป็นครอบครัว ข้อการออกแบบรูปแบบอาคารมีความทันสมัยและเป็นมาตรฐานสากล และข้อการออกแบบห้อง มีความสวยงามทันสมัยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 4.46 และ 4.45 ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้า

วิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้า	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้า			
1. สร้างความเข้าใจ ในวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้า	4.41	0.688	มากที่สุด
2. จัดกลุ่มลูกค้า ให้ตรงกับรูปแบบคอนโดมิเนียม	4.28	0.745	มากที่สุด
3. สร้างอารมณ์ร่วม ให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณคอนโดมิเนียมนี้ตรงกับวิถีดำเนินชีวิตของตน	4.31	0.763	มากที่สุด
ด้านวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้าโดยรวม	4.33	0.649	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 21 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อสร้างความเข้าใจ ในวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้า ข้อสร้างอารมณ์ร่วม ให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณคอนโดมิเนียมนี้ตรงกับวิถีดำเนินชีวิตของตน และข้อจัดกลุ่มลูกค้า ให้ตรงกับรูปแบบคอนโดมิเนียม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 4.31 และ 4.28 ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ			
1. การโฆษณา	4.40	0.694	มากที่สุด
2. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	4.28	0.728	มากที่สุด
3. .การตลาดทางตรง	4.16	0.791	มาก
4. การขายโดยใช้พนักงาน	3.98	0.878	มาก
5. การส่งเสริมการขาย	4.18	0.774	มาก
6. การตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์	4.35	0.741	มากที่สุด
7. การตลาดโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	4.37	0.704	มากที่สุด
ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยรวม	4.24	0.552	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 22 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อการโฆษณา ข้อการตลาดโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อการตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ และข้อการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 4.37 4.35 และ 4.28 ตามลำดับ และปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ อยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อการส่งเสริมการขาย ข้อการตลาดทางตรง และข้อการขายโดยใช้พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.16 และ 3.98 ตามลำดับ

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1. ระบบรักษาความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ ร.ป.ภ.อย่างเพียงพอ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งระบบรักษาความปลอดภัยต้องเข้มงวด โดยเฉพาะกับคนภายนอก	4.72	0.571	มากที่สุด
2. ระบบการจัดการกำจัดขยะ โดยมีการดูแลอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันกลิ่นเหม็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อโครงการ	4.67	0.647	มากที่สุด
3. ที่จอดรถ โดยต้องมีจำนวนที่จอดรถที่เหมาะสมกับจำนวนยูนิตของโครงการ และมีระบบการบริหารจัดการที่จอดรถที่เหมาะสม	4.67	0.616	มากที่สุด
4. ระบบ Key Card ที่ช่วยอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยแก่ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม	4.65	0.610	มากที่สุด
5. ร้านค้าที่ให้บริการภายในคอนโดมิเนียมมีหลายรูปแบบ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านให้บริการทางไปรษณีย์ และร้านเสริมสวย เป็นต้น	4.57	0.645	มากที่สุด
6. บริการส่วนกลางอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สนามหญ้า ส่วนกลาง ห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ความเร็วสูง เป็นต้น	4.56	0.671	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม	4.64	0.516	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 23 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อระบบรักษาความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ ร.ป.ภ.อย่างเพียงพอ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งระบบรักษาความปลอดภัยต้องเข้มงวดโดยเฉพาะกับคนภายนอก ข้อระบบการจัดการกำจัดขยะ โดยมีการดูแลอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันกลิ่นเหม็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อโครงการ ข้อที่จอดรถ โดยต้องมีจำนวนที่จอดรถที่เหมาะสม

กับจำนวนยูนิตของโครงการ และมีระบบการบริหารจัดการที่สอดคล้องที่เหมาะสม ขั้ระบบ Key Card ที่ช่วยอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยแก่ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ขั้ร้านค้าที่ให้บริการภายในคอนโดมิเนียมมีหลายรูปแบบ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านให้บริการทางไปรษณีย์ และร้านเสริมสวย เป็นต้น และขั้บริการส่วนกลางอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สนามหญ้าส่วนกลาง ห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ความเร็วสูง เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 4.67 4.67 4.65 4.57 และ 4.56 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ได้แก่ ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มนักปฏิบัติ และกลุ่มผู้ดีนรน การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร รวบรวมด้าน

รูปแบบการดำเนินชีวิต	Mean	S.D.	แปลผล
1. ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ	4.14	0.629	มาก
2. ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ	3.34	1.030	ปานกลาง
3. ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ	4.18	0.689	มาก
4. กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต	3.61	0.888	มาก
5. กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์	3.86	0.838	มาก
6. กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม	3.90	0.834	มาก
7. กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ	3.76	0.867	มาก
8. กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม	3.45	1.235	มาก
9. กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่	3.51	1.102	มาก
10. กลุ่มนักปฏิบัติ	3.66	0.946	มาก
11. กลุ่มผู้ดีนรน	3.41	0.945	มาก
รวม	3.71	0.580	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 24 รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับของรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับมาก จำนวน 10 ด้าน ได้แก่ . ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มนักปฏิบัติ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้ดีนร้อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.14 3.90 3.86 3.76 3.66 3.61 3.51 3.45 และ 3.41 ตามลำดับ และมีระดับของรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ			
1. ท่านเป็นผู้ที่ยึดถือปฏิบัติตามหลักกฎหมาย	4.29	0.754	มากที่สุด
2. ท่านมักจะซื้อสินค้าตามทัศนคติของตนเองเป็นสำคัญ	4.25	0.689	มากที่สุด
3. .ท่านมักเชื่อในสิ่งที่ปฏิบัติตามกันมาจากพ่อแม่	3.89	0.973	มาก
ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการโดยรวม	4.14	0.629	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 25 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ของนักลงทุน อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านเป็นผู้ที่ยึดถือปฏิบัติตามหลักกฎหมาย และข้อท่านมักจะซื้อสินค้าตามทัศนคติของตนเองเป็นสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.25 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักเชื่อในสิ่งที่ปฏิบัติตามกันมาจากพ่อแม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ			
1. ท่านมักจะซื้อสินค้าตามที่ผู้อื่นแนะนำ	3.28	1.060	ปานกลาง
2. ท่านมักจะกระทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น	3.42	1.147	มาก
3. ท่านมักจะยึดถือการกระทำและความเห็นจากผู้อื่น	3.31	1.168	ปานกลาง
ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพโดยรวม	3.34	1.030	ปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 26 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือ
สถานภาพของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักจะกระทำตัวให้เป็นที่ยอมรับ
ของผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ
ของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักจะยึดถือการกระทำและความเห็น
จากผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และข้อท่านมักจะซื้อสินค้าตามที่ผู้อื่นแนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.28 ตามลำดับ

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยืดถือการกระทำ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านผู้บริโภคประเภทยืดถือการกระทำ			
1. ท่านชอบที่จะทำกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.98	0.872	มาก
2. ท่านชอบที่มองหาประสบการณ์ใหม่	4.25	0.767	มากที่สุด
3. .ท่านชอบสินค้าที่มีความหลากหลายและเกิดความปลอดภัย	4.33	0.736	มากที่สุด
ด้านผู้บริโภคประเภทยืดถือการกระทำโดยรวม	4.18	0.689	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 27 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านผู้บริโภคประเภทยืดถือการกระทำโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยืดถือการกระทำของ
นักลงทุน อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านชอบสินค้าที่มีความหลากหลายและเกิด
ความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และข้อท่านชอบที่มองหาประสบการณ์ใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.25 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุนด้านผู้บริโภคประเภทยืดถือการกระทำ อยู่ใน
ระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านชอบที่จะทำกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต			
1. ท่านมักเลือกสินค้าที่มีลักษณะการใช้งานที่ยุ่งยาก	3.15	1.209	ปานกลาง
2. ท่านต้องการสินค้าใหม่ที่แตกต่างไปจากสินค้าที่มีอยู่ในตลาดในปัจจุบัน	3.86	0.904	มาก
3. .ท่านเลือกที่จะทดลองใช้สินค้าที่ออกมาใหม่และยังไม่เคยใช้	3.81	1.018	มาก
ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิตโดยรวม	3.61	0.888	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 28 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต ของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านต้องการสินค้าใหม่ที่แตกต่างไปจากสินค้าที่มีอยู่ในตลาดในปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และข้อท่านเลือกที่จะทดลองใช้สินค้าที่ออกมาใหม่และยังไม่เคยใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิตของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักเลือกสินค้าที่มีลักษณะการใช้งานที่ยุ่งยาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์			
1. ท่านสนใจศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	3.70	1.055	มาก
2. ท่านสนใจเรียนรู้ทุกเรื่องแม้เป็นเรื่องเล็กน้อย	3.73	1.007	มาก
3. ก่อนที่ท่านจะเลือกซื้อท่านจะค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ รายละเอียดผลิตภัณฑ์นั้นก่อน	4.14	0.870	มาก
ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์โดยรวม	3.86	0.838	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 29 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ ของนักลงทุน อยู่ในระดับ
มาก ทุกข้อ ได้แก่ ข้อก่อนที่ท่านจะเลือกซื้อท่านจะค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดผลิตภัณฑ์
นั้นก่อน ข้อท่านสนใจเรียนรู้ทุกเรื่องแม้เป็นเรื่องเล็กน้อย และข้อท่านสนใจศึกษาเกี่ยวกับ
ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 3.73 และ 3.70 ตามลำดับ

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้นักธุรกิจนิยม

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มผู้นักธุรกิจนิยม			
1. ท่านเชื่อว่าการทำความดีจะทำให้เราได้ขึ้นสวรรค์	4.01	1.034	มาก
2. รายการทีวีในปัจจุบันสื่อไปทางเรื่องเพศมากเกินไป	3.96	1.014	มาก
3. รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการสวดมนต์ในโรงเรียน	3.74	1.134	มาก
ด้านกลุ่มผู้นักธุรกิจนิยมโดยรวม	3.90	0.834	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 30 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้นักธุรกิจนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้นักธุรกิจนิยม ของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ
ได้แก่ ข้อท่านเชื่อว่าการทำความดีจะทำให้เราได้ขึ้นสวรรค์ ข้อรายการทีวีในปัจจุบันสื่อไปทางเรื่องเพศ
มากเกินไป และข้อรัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการสวดมนต์ในโรงเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 3.96
และ 3.74 ตามลำดับ

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ			
1. ท่านต้องการรับหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในกลุ่ม	3.87	0.942	มาก
2. ท่านเป็นผู้มีความรู้และปัญญาเป็นเลิศ	3.69	0.958	มาก
3. ท่านแสดงความสามารถให้บุคคลอื่นเห็นเป็นประจำ	3.72	1.015	มาก
ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จโดยรวม	3.76	0.867	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 31 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ ข้อท่านต้องการรับหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในกลุ่ม ข้อท่านแสดงความสามารถ ให้บุคคลอื่นเห็นเป็นประจำ และข้อท่านเป็นผู้มีความรู้และปัญญาเป็นเลิศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 3.72 และ 3.69 ตามลำดับ

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม			
1. ท่านคอยติดตามโครงการคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ๆ อยู่เสมอ	3.51	1.840	มาก
2. ท่านต้องการให้บุคคลอื่นมองท่านว่าเป็นคนทันสมัยอยู่เสมอ	3.46	1.084	มาก
3. .ท่านมีของใช้รุ่นใหม่มาก่อนเพื่อนเสมอ	3.38	1.991	ปานกลาง
ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายามโดยรวม	3.45	1.235	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 32 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายามโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม ของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านคอยติดตามโครงการคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และข้อท่านต้องการให้บุคคลอื่นมองท่านว่าเป็นคนทันสมัยอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม ของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมีของใช้รุ่นใหม่มาก่อนเพื่อนเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่			
1. ท่านมองหาคนโดมเนียมที่มีรูปทรงแปลกใหม่อยู่เสมอ	3.51	1.134	มาก
2. ท่านต้องการใช้เวลาอยู่ต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งปี	3.43	1.156	มาก
3. .ท่านใช้เงินส่วนใหญ่ไปกับแฟชั่น ความบันเทิงและสังคม	3.58	1.269	มาก
ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่โดยรวม	3.51	1.102	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 33 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51
เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่
อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ ข้อท่านใช้เงินส่วนใหญ่ไปกับแฟชั่น ความบันเทิงและสังคม ข้อท่านมอง
หาคนโดมเนียมที่มีรูปทรงแปลกใหม่อยู่เสมอ และข้อท่านต้องการใช้เวลาอยู่ต่างประเทศอย่างน้อย
หนึ่งปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 3.51 และ 3.43 ตามลำดับ

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มนักปฏิบัติ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มนักปฏิบัติ			
1. ท่านนิยมเข้าร้านขายของ อาทิ ร้านตกแต่งบ้าน ร้านตกแต่ง คอนโด	3.38	1.093	ปานกลาง
2. ท่านสนใจทำงานกับความคิดและการออกแบบแฟชั่นต่างๆ	3.59	1.187	มาก
3. ท่านต้องการคอนโดมิเนียมแบบเรียบง่ายดูดี	4.01	1.058	มาก
ด้านกลุ่มนักปฏิบัติโดยรวม	3.66	0.946	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 34 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มนักปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มนักปฏิบัติของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านต้องการคอนโดมิเนียมแบบเรียบง่ายดูดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และข้อท่านสนใจทำงานกับความคิดและการออกแบบแฟชั่นต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มนักปฏิบัติ ของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ท่านนิยมเข้าร้านขายของ อาทิ ร้านตกแต่งบ้าน ร้านตกแต่งคอนโด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ตามลำดับ

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้ตื่นนอน

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกลุ่มผู้ตื่นนอน			
1. ท่านให้ความสนใจในเรื่องต่างๆ เพียงไม่กี่เรื่องเท่านั้น	3.52	1.025	มาก
2. ทุกครั้งที่ท่านคิดประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ ท่านจะใช้ไม้และโลหะเป็นวัสดุเสมอ	3.35	1.143	ปานกลาง
3. .ท่านมักจะทำสิ่งของต่างๆ เพื่อนำไปใช้เองในชีวิตประจำวัน	3.37	1.216	ปานกลาง
ด้านกลุ่มผู้ตื่นนอนโดยรวม	3.41	0.975	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 35 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านกลุ่มผู้ตื่นนอนโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ด้านกลุ่มผู้ตื่นนอน อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านให้ความสนใจในเรื่องต่างๆ เพียงไม่กี่เรื่องเท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้ตื่นนอน ของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักจะทำสิ่งของต่างๆ เพื่อนำไปใช้เองในชีวิตประจำวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และ ข้อทุกครั้งที่ท่านคิดประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ ท่านจะใช้ไม้และโลหะเป็นวัสดุเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ตามลำดับ

ตอนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	Mean	S.D.	แปลผล
1. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากทำเลที่ตั้ง	4.59	0.626	มากที่สุด
2. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากภาพลักษณ์ของผู้พัฒนาโครงการนั้นๆ	4.22	0.816	มากที่สุด
3. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากราคาของโครงการนั้นๆ	4.45	0.688	มากที่สุด
4. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากสิ่งอำนวยความสะดวก	4.53	0.640	มากที่สุด
5. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากความพึงพอใจของท่านเอง	4.67	0.595	มากที่สุด
รวม	4.49	0.531	มากที่สุด

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักลงทุนมีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากความพึงพอใจของท่านเอง ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากทำเลที่ตั้ง ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากสิ่งอำนวยความสะดวก ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากราคาของโครงการนั้นๆ และท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากภาพลักษณ์ของผู้พัฒนาโครงการนั้นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 4.59 4.53 4.45 และ 4.22 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ Independent Samples t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธีทดสอบดังนี้

สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent Statistic) โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และด้านสถานภาพ สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way analysis of Variance) โดยทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สมมติฐานข้อที่ 2 ประสิทธิภาพการลงทุน และสมมติฐานข้อที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร และสมมติฐานข้อที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปกับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 โมเดลความสำเร็จ 10 ประการ การนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐาน 6 ข้อโดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 นักลงทุนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent Samples t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มสำหรับตัวแปรด้านเพศ ด้านสถานภาพ และด้านอายุ 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 และใช้สถิติ One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่ม

ตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม สำหรับด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) โดยเริ่มจากการทดสอบค่า Levene's test เพื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของข้อมูล ถ้า Levene's test มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ Brown-Forsythe และเพื่อให้ทราบว่ามีค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยหลายคู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple Comparison) ด้วยวิธี Dunnett' T3 และเมื่อ Levene's test มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ F-test และหากพบว่ามีค่าความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้ทราบว่ามีค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ต่อไป

โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 6 สมมติฐาน ดังนี้คือ

สมมติฐานที่ 1.1 นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 37 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของเพศกับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	0.058	0.809

จากตาราง 37 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่า การตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.809 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจึงใช้การทดสอบค่า t-test กรณี Equal variances assumed ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 38

ตาราง 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	ชาย	4.51	0.518	0.513	398	0.608
	หญิง	4.48	0.541			

จากตาราง 38 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า

การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.608 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 39 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของอายุกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	3.816*	2	397	0.023

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่าการตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกันจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 40

ตาราง 40 แสดงการทดสอบค่าความแตกต่างของอายุกับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนัก
ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

การตัดสินใจลงทุน		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	Brown-Forsythe	2.850	2	198.952	0.060

จากตาราง 40 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับการตัดสินใจลงทุน
คนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การตัดสินใจลงทุนคนโตมึนเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกัน มี
การตัดสินใจลงทุนคนโตมึนเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.3 นักลงทุนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อ
คนโตมึนเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**
ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคนโตมึนเนียม ในเขต
กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคนโตมึนเนียม ในเขต
กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ
กลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%
ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อย
กว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมี
สมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 41 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของสถานะภาพกับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม
ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	1.811	0.179

จากตาราง 41 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่า การตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.191 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจึงใช้การทดสอบค่า t-test กรณี Equal variances assumed ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 42

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขต
กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	t-test for Equality of Means					
	สถานะภาพ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
การตัดสินใจลงทุน โดยรวม	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	4.535	0.489	2.097*	398	.037
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.417	0.605			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนัก
ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะภาพ พบว่า

การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีสถานะภาพแตกต่าง
กัน มีการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยนักลงทุนที่มีสถานภาพ โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักลงทุนที่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน

สมมติฐานที่ 1.4 นักลงทุนที่ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขต กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขต กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 43 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับการศึกษากับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	0.948	2	397	0.388

จากตาราง 43 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่า การตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.388 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 43

ตาราง 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษากับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม
ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

การตัดสินใจลงทุน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	0.108	2	0.054	0.191	0.826
	ภายในกลุ่ม	112.607	397	0.284		
	รวม	112.715	399			

จากตาราง 44 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนัก
ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.826 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษา
แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.5 นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อของคนโตมึนเนียม ใน
เขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**
ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อของคนโตมึนเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร
แตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อของคนโตมึนเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร
ไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย
ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis
of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะ
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมี
สมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 45 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของอาชีพกับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนัก
ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุนโดยรวม	1.005	6	393	0.422

จากตาราง 45 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่า การตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.422 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 46

ตาราง 46 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพกับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียมของนักลงทุน
ในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

การตัดสินใจลงทุน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	3.696	6	0.616	2.221*	0.040
	ภายในกลุ่ม	109.019	393	0.277		
	รวม	112.715	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนัก
ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มี
การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยทำ
การทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ซึ่งได้
ผลลัพธ์ดังตาราง 47

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอาชีพแตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุน
คอนโดมิเนียม

อาชีพ	$\bar{X}$	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ผู้บริหาร/จัดการ/พนักงาน เอกชน	ผู้ประกอบการ	นักเรียน/นักศึกษา	เกษียณ/ว่างงาน	อื่นๆ เช่น ค้าขาย
		4.4609	4.5413	4.3636	4.5208	4.6110	4.4571	4.3115
ข้าราชการ	4.4609		- 0.08043 (0.338)	0.09723 (0.451.	- (0.534.	- 0.15012 (.075)	0.00373 (0.977)	0.14933 (0.123.
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.5413			0.17767 (0.156)	0.02055 (0.821.	- 0.06968 (0.371.	0.08416 (0.509)	0.22977* (0.012.
ผู้บริหาร/จัดการ/ พนักงานเอกชน	4.3636				- (0.240)	- 0.24735* (0.049)	- (0.561.	0.05210 (0.698)
ผู้ประกอบการ	4.5208					- 0.09023 (0.322.	0.06361 (0.640)	0.20922* (0.043.
นักเรียน/ นักศึกษา	4.6110						0.15385 (0.228)	0.29945** (0.001.
เกษียณ/ว่างงาน	4.4571							0.14560 (0.286)
อื่นๆ เช่น ค้าขาย	4.3115							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอาชีพ
แตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least
Significant Difference (LSD) พบว่า

นักลงทุนอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ กับนักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักลงทุนอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05 โดยนักลงทุนอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22977

นักลงทุนอาชีพผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานเอกชน กับนักลงทุนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักลงทุนอาชีพผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานเอกชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05 โดยนักลงทุนอาชีพผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานเอกชน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24735

นักลงทุนอาชีพผู้ประกอบการ กับนักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักลงทุน อาชีพผู้ประกอบการ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05 โดยนักลงทุนอาชีพผู้ประกอบการ มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20922

นักลงทุนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับนักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักลงทุนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยนักลงทุนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.14560

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis

of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 48 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับรายได้กับการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	1.054	2	397	0.349

จากตาราง 48 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่าการตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.349 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 49

ตาราง 49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับรายได้กับการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

การตัดสินใจลงทุน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	0.360	2	0.180	0.636	0.530
	ภายในกลุ่ม	112.355	397	0.283		
	รวม	112.715	399			

จากตาราง 49 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.530 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน ประกอบด้วย ประสบการณ์การลงทุน ระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) โดยเริ่มจากการทดสอบค่า Levene's test เพื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของข้อมูล ถ้า Levene's test มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ Brown-Forsythe และเพื่อให้ทราบว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยใดบ้างที่แตกต่างกัน จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยหลายคู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple Comparison) ด้วยวิธี Dunnett' T3 และเมื่อ Levene's test มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ F-test และหากพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยใดบ้างที่แตกต่างกัน จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อดูว่าค่าเฉลี่ยใดบ้างที่แตกต่างกัน ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ต่อไป

โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 3 สมมติฐาน ดังนี้คือ

สมมติฐานที่ 2.1 นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 50 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของประสิทธิภาพการลงทุนกับการตัดสินใจลงทุน
คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	3.198*	3	396	0.023

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่า การตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกันจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 51

ตาราง 51 แสดงการทดสอบค่าความแตกต่างของประสิทธิภาพการลงทุนกับการตัดสินใจลงทุน
คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุนโดยรวม	Brown-Forsythe 6.474**	3	107.960	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประสิทธิภาพการลงทุนกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติวิธี Dunnett" T3 ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตาราง 52

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม

ประสบการณ์การลงทุน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี
		4.4718	4.5013	4.8200	4.3111
น้อยกว่า 1 ปี	4.4718	-	- 0.02947 (0.988)	- 0.34821** (0.000)	0.16068 (0.650)
1-5 ปี	4.5013		-	- 0.31873** (0.002.	0.19015 (0.541.
6-10 ปี	4.8200			-	0.50889** (0.002.
มากกว่า 10 ปี	4.3111				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett" T3 พบว่า

นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี กับนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปีโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34821

นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 1-5 ปี กับนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 1-5 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 1-5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31873

นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี กับนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนมากกว่า 10 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี มีการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน มากกว่า 10 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.50889

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 53 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์กับการตัดสินใจลงทุน
คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	2.621*	3	396	0.050

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่า
การตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.050 ซึ่งเท่ากับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกันจึงใช้สถิติ Brown-
Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 54

ตาราง 54 แสดงการทดสอบค่าความแตกต่างของระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์กับการตัดสินใจลงทุน
คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

การตัดสินใจลงทุน		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	Brown- Forsythe	6.801**	3	101.134	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 54 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์กับการ
ตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe
พบว่า

การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครอง
หลักทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติวิธี Dunnett" T3 ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตาราง 55

ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม

ระยะเวลาถือครอง หลักทรัพย์	$\bar{X}$	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี
		4.4661	4.5438	4.7333	4.1810
น้อยกว่า 1 ปี	4.4662718	-	- 0.07769 (0.754.	- 0.26720** (0.001.	0.28518 (0.174.
1-5 ปี	4.5438		-	- 0.18951 (0.095)	0.36287 (0.057)
6-10 ปี	4.7333			-	0.55238** (0.002.
มากกว่า 10 ปี	4.1810				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett" T3 พบว่า

นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี กับนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปีโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26720

นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี กับนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ มากกว่า 10 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า นักลงทุนที่มี

ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ มากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ มากกว่า 10 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.55238

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 นักลงทุนที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 56 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	1.088	3	396	0.354

จากตาราง 56 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่าการตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.354 ซึ่งมากกว่ากับ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 57

ตาราง 57 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

การตัดสินใจลงทุน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การตัดสินใจลงทุนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.477	3	1.159	4.202**	0.006
	ภายในกลุ่ม	109.238	393	0.276		
	รวม	112.715	399			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 57 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตาราง 58

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม

แหล่งประสบการณ์การลงทุน	$\bar{X}$	แหล่งบุคคล	แหล่งการค้า	แหล่งชุมชน	แหล่งประสบการณ์
		4.5301	4.3783	4.2857	4.7083
แหล่งบุคคล	4.5301	-	0.15183*	0.24443*	- 0.17819
			(0.022.	(0.041.	(0.112.
แหล่งการค้า	4.3783		-	0.09260	- 0.33002**
				(0.471.	(0.007)
แหล่งชุมชน	4.2857			-	- 0.42262**
					(0.007)
แหล่งประสบการณ์	4.7083				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) พบว่า

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้า อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05 โดยแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้าโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.15183

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล มีความแตกต่างเป็น

รายคู่กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05 โดยแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล มีการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม มากกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24443

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้า กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้า มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้า มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33002

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44226

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน

จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) โดยเริ่มจากการทดสอบค่า Levene's test เพื่อทดสอบค่าความแปรปรวนของข้อมูล ถ้า Levene's test มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ Brown-Forsythe และเพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยหลายคู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple Comparison) ด้วยวิธี Dunnett' T3 และเมื่อ Levene's test มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ F-test และหากพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ต่อไป

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน

H_1 : นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 59 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจลงทุน	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การตัดสินใจลงทุน	1.357	3	396	0.256

จากตาราง 59 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อ โดยใช้ Levene's Test พบว่าการตัดสินใจลงทุนโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.256 ซึ่งมากกว่ากับ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ผลจากการทดสอบแสดงดังตาราง 60

ตาราง 60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

การตัดสินใจลงทุน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.541	3	0.847	3.045*	0.029
	ภายในกลุ่ม	11 0.174	393	0.278		
	รวม	112.715	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตาราง 61

ตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียมของนักลงทุน
ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการลงทุน	$\bar{X}$	ความรู้ปานกลาง			
		ความรู้ต่ำ	ความรู้ปานกลาง	ความรู้สูง	ความรู้มากที่สุด
ความรู้ต่ำ	4.7000	-	0.10000 (0.757)	0.36316 (0.180)	0.16987 (0.523.
ความรู้ปานกลาง	4.6000		-	0.26316 (0.471.	0.06987** (0.007)
ความรู้สูง	4.3368			-	- 0.19329** (0.004.
ความรู้มากที่สุด	4.5301				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนแตกต่างกันกับการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียม โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) พบว่า

ความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้ปานกลาง กับความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า ความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้ปานกลาง มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้ปานกลาง มีการตัดสินใจลงทุนคนโคมิเนียม มากกว่าความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.06987

ความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้สูง กับความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า ความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้สูง มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้สูง มี

การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่าความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19329

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร จะใช้การทดสอบโดยสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานจะใช้ความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า 0.05

ตาราง 62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมโดยรวม			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้	0.339**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้	0.445**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่า r เท่ากับ 0.339 กล่าวคือเมื่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง โดยมีค่า r เท่ากับ 0.445 กล่าวคือเมื่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ปานกลาง

สมมติฐานที่ 5 โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ผลกระทบหรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า สภาพแวดล้อมโครงการ พันธมิตรทางธุรกิจ คุณลักษณะของโครงการ วิธีการดำเนินชีวิต การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปกับตัวแปรตาม 1 ตัว

H_0 : โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการต่างกัน ไม่สามารถทำนายการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครได้

H_1 : โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการต่างกัน สามารถทำนายการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครได้

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter และการทดสอบ

สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 63

ตาราง 63 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของ โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	36.682	10	3.668	18.767**	0.000
Residual	76.033	389	0.195		
Total	112.715	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการอย่างน้อย 1 ปัจจัย สามารถทำนายการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน
 คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ
 (Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.889	0.229		8.235**	0.000
ทำเลที่ตั้ง (X_1)	0.150	0.060	0.154	2.511*	0.012
ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ (X_2)	0.026	0.066	0.027	0.387	0.699
ภาพลักษณ์ของบริษัท (X_3)	0.026	0.055	0.030	0.479	0.632
การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (X_4)	0.084	0.051	0.108	1.662	0.097
สภาพแวดล้อมโครงการ (X_5)	0.119	0.038	0.164	3.139**	0.002
พันธมิตรทางธุรกิจ (X_6)	- 0.008	0.049	- 0.010	- 0.167	0.867
คุณลักษณะของโครงการ (X_7)	0.148	0.059	0.165	2.507*	0.013
วิธีการดำเนินชีวิต (X_8)	0.072	0.052	0.088	1.390	0.165
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X_9)	- 0.167	0.051	- 0.174	-3.271**	0.001
สิ่งอำนวยความสะดวก (X_{10})	0.124	0.066	0.120	1.877	0.061
$r = .570$				Adjust $R^2 = .308$	
$R^2 = .325$				SE = .44211	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Beta แสดงการตัดสินใจลงทุน (Y_1) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวก กับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง (X_1) ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ (X_5) ด้านคุณลักษณะของโครงการ (X_7) และมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงลบกับด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X_9)

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.308 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายแสดง การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ได้ร้อยละ 30.8

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่าปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง (X_1) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.150 หมายความว่า เมื่อนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 0.150 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่าปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.119 หมายความว่า เมื่อนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 0.119 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่าปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านคุณลักษณะของโครงการ (X_7) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.148 หมายความว่า เมื่อนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านคุณลักษณะของโครงการ (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 0.148 หน่วย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่าปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X_9) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ - 0.167 หมายความว่า เมื่อนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X_9) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมลดลง 0.167 หน่วย เนื่องมาจากการโฆษณาที่เกินความเป็นจริง และการไม่บอกความจริงของโครงการคอนโดมิเนียมแบบตรงไปตรงมา ซึ่งทำให้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

หากไม่พิจารณา ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ทั้ง 10 ด้าน ต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม จะมีค่าการตัดสินใจลงทุนอยู่ที่ระดับ 1.889

ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม (Y_1) โดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_1 = 1.889 + 0.150(X_1) + 0.119(X_5) + 0.148(X_7) - 0.167(X_9)$$

สมมติฐานที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้นรักรัชนียม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มผู้มั่งมั่ง

พยายาม กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มนักปฏิบัติ และกลุ่มผู้ดีนรณ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร จะใช้การทดสอบโดยสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานจะใช้ความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05

ตาราง 65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับ การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิต	การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผู้ประกอบการประเภทยึดถือหลักการ	0.387**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
ด้านผู้ประกอบการประเภทยึดถือสถานภาพ	0.134**	0.007	ต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านผู้ประกอบการประเภทยึดถือการกระทำ	0.456**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต	0.317**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์	0.373**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม	0.274**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ	0.430**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม	0.232**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่	0.396**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
กลุ่มนักปฏิบัติ	0.405**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
กลุ่มผู้ดีนรณ	0.158**	0.001	ต่ำมาก	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภท ยึดถือหลักการ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้าง ต่ำ โดยมีค่า r เท่ากับ 0.387 กล่าวคือเมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภท ยึดถือสถานภาพ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ มี ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทาง เดียวกัน ในระดับต่ำมาก โดยมีค่า r เท่ากับ 0.134 กล่าวคือเมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภค ประเภทยึดถือสถานภาพเพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ต่ำ มาก

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภท ยึดถือการกระทำ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ มี ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทาง เดียวกัน ในระดับปานกลาง โดยมีค่า r เท่ากับ 0.456 กล่าวคือเมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภค ประเภทยึดถือการกระทำเพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ปาน กลาง

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้สมหวังใน ชีวิต กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ

0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่า r เท่ากับ 0.317 กล่าวคือ เมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่า r เท่ากับ 0.373 กล่าวคือ เมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยมกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่า r เท่ากับ 0.274 กล่าวคือ เมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยม เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง โดยมีค่า r เท่ากับ 0.430 กล่าวคือ เมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ปานกลาง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้ด้อยทุน เพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ต่ำมาก

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 66 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 นักลงทุนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
เพศ	t-test	x
อายุ	F-test	x
สถานภาพ	t-test	✓
ระดับการศึกษา	F-test	x
อาชีพ	F-test	✓
ระดับรายได้	F-test	x
สมมติฐานที่ 2 นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน ประกอบด้วย ประสบการณ์การลงทุน ระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
ประสบการณ์การลงทุน	Brown-Forsythe	✓
ระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์	Brown-Forsythe	✓
แหล่งข้อมูลในการลงทุน	F-test	✓
สมมติฐานที่ 3 นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน		
ความรู้ความเข้าใจในการลงทุน	F-test	✓

ตาราง 66 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ กับ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร		
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้	Pearson Correlation	✓
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้	Pearson Correlation	✓
สมมติฐานที่ 5 โมเดลปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ผลิตรภัณฑ์หรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า สภาพแวดล้อมโครงการ พันธมิตรทางธุรกิจ คุณลักษณะของโครงการ วิธีการดำเนินชีวิต การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของคนโตมึเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร		
ทำเลที่ตั้ง	Multiple Regression	✓
ผลิตรภัณฑ์หรือโครงการ	Multiple Regression	x
ภาพลักษณ์ของบริษัท	Multiple Regression	x
การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า	Multiple Regression	x
สภาพแวดล้อมโครงการ	Multiple Regression	✓
พันธมิตรทางธุรกิจ	Multiple Regression	x
คุณลักษณะของโครงการ	Multiple Regression	✓
วิธีการดำเนินชีวิต	Multiple Regression	x
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	Multiple Regression	✓
สิ่งอำนวยความสะดวก	Multiple Regression	x

ตาราง 66 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้อนุรักษนิยม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มนักปฏิบัติ และกลุ่มผู้ตื่นนอน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร		
ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ	Pearson Correlation	✓
ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ	Pearson Correlation	✓
ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ	Pearson Correlation	✓
ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต	Pearson Correlation	✓
กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์	Pearson Correlation	✓
กลุ่มผู้อนุรักษนิยม	Pearson Correlation	✓
กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ	Pearson Correlation	✓
กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม	Pearson Correlation	✓
กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่	Pearson Correlation	✓
กลุ่มนักปฏิบัติ	Pearson Correlation	✓
กลุ่มผู้ตื่นนอน	Pearson Correlation	✓

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของ
นักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

สังเขปการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์การลงทุน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษา ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (RUBIK Model) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อให้นักลงทุน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ไปประกอบการพิจารณาวางแผนตัดสินใจ นำข้อมูลที่ได้ไปเชื่อมโยงปัจจัยต่างๆ ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางสังคมในปัจจุบัน และนำมาพิจารณาให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การลงทุนเผชิญความเสี่ยงน้อยที่สุด และก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนมากที่สุด

ในด้านผู้ประกอบการก็สามารถนำผลที่ได้ไปประกอบการตัดสินใจ เพื่อการพิจารณาในโครงการคอนโดมิเนียมใหม่ๆ ในกรุงเทพมหานคร ให้ตอบโจทย์ และสร้างความน่าสนใจให้นักลงทุน อสังหาริมทรัพย์

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักลงทุนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
3. นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน
4. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. โมเดลความสำเร็จ 10 ประการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร
6. รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า รวมถึงลงทุนเพื่ออยู่อาศัยในระยะแรก หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียมในรูปแบบต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ตามกฎหมายจะเรียกว่า “บรรลุนิติภาวะ” (<http://www.chawbanlaw.com>, อินเทอร์เน็ต 30 สิงหาคม 2558) เพราะในส่วนของกฎหมายนั้นเชื่อว่า เมื่อบุคคลอายุ 20 ปีบริบูรณ์ได้มีการพัฒนาความสามารถทั้งด้านร่างกาย ด้านสติปัญญาในระดับที่สูง โดยได้กำหนดให้บุคคลต่างๆ มีความสามารถที่จะทำอะไรก็ได้ตามสิทธิของตนเองที่มีตามกฎหมายได้เอง โดยไม่ต้องขออนุญาต ไม่ต้องขอความยินยอมหรือขออนุมัติจากผู้ใด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย-ปล่อยเช่า รวมถึงลงทุนเพื่ออยู่อาศัยในระยะแรก หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียมในรูปแบบต่างๆ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งตามกฎหมายจะเรียกว่า “บรรลุนิติภาวะ” ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ดังนั้นการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณ (กัลยา วานิชบัญญัติ, 2546: 74) โดยให้ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยสำรองเพื่อป้องกันแบบสอบถามไม่สมบูรณ์เพิ่มเป็นทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยเก็บตัวอย่างจากผู้ลงทุนหรือเคยลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะนักลงทุนที่ลงทุนและเคยลงทุนในคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จากสถานที่ต่างๆ ทั้ง 5 แห่ง ซึ่งทั้งห้าแห่งนี้ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลได้ว่า ถ้ามองจากสถานการณ์เศรษฐกิจไทย ในปี พ.ศ. 2558 ในแง่ของการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ สำหรับอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยในปีพ.ศ. 2558 โดยภาพรวมจะอยู่ที่ประมาณ 5-7% ขึ้นอยู่กับต้นทุนที่ซื้อเข้ามาและอัตราค่าเช่าในทำเลนั้นๆ ซึ่งไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมามากนัก โดยสามารถแบ่งเป็น 3 โซน 5 ทำเลคอนโดสุดฮอตที่คึกคักน่าลงทุนพ.ศ. 2558 ดังนี้ โซนแรกคือโซนศูนย์กลางธุรกิจ CBD (central business district) ประกอบด้วย ทำเล สาทร-สีลม-บางรัก และ ทำเล รัชดาฯ-พระราม9 โซนที่สองคือโซนยอคนนิยมชาวต่างชาติ (Expat) ได้แก่ ทำเล พร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง และโซนสุดท้ายคือโซนสวนต่อขยายรถไฟฟ้า (BTS & MRT) ประกอบด้วย ทำเล อ่อนนุช-แบร์รี่ และ ทำเล ท่าพระ-ตากสิน (<http://www.propertytoday.in.th/>, อินเทอร์เน็ต 31 สิงหาคม 2558)

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดให้สถานที่ละ 80 ตัวอย่าง จำนวน 5 แห่ง โดยเลือกสถานที่เก็บข้อมูลคือ

ทำเล ย่านสาทร-สีลม-บางรัก	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านรัชดาฯ-พระราม9	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านพร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านอ่อนนุช-แบร์รี่	จำนวน 80 คน
ทำเล ย่านท่าพระ-ตากสิน	จำนวน 80 คน

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะนักลงทุนที่ลงทุนและเคยลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสถานที่ 5 ทำเลที่เลือกไว้โดยระบุเจาะจงสถานที่เก็บข้อมูลในทำเลทั้ง 5 ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

ทำเล ย่านสาทร-สีลม-บางรัก ประกอบด้วย เดอะฮัตตัน สาทร 7 ศุภาลัย เอลิท สุรวงศ์ พาร์
โก้ สาทร ดีแอดเดรส สาทร แอสตัน จุฬา-สาทร และลุมพินีวิลล์ พระแม่มาลี-สาทร

ทำเล ย่านรัชดาฯ-พระราม9 ประกอบไปด้วย The Remarkable Circle 2 Livino Prototype
Noble Revolve Grand Belle Rama9 Aspire Rama9 และแฮปปี้คอนโด

ทำเล ย่านพร้อมพงษ์-เอกมัย-ทองหล่อ-พระโขนง ประกอบไปด้วย เดอะซิตี มูวี่ สุขุมวิท 26
คอนโดเลตดเวล สุขุมวิท 26 ดาวนทาวน์ 49 เบเวอร์ลี่ 33 โนเบิล รีไฟน์ อาร์ท แอท ทองหล่อ 25 เอช
สุขุมวิท 43 และไซมิสเทอร์ตีไนน์

ทำเล ย่านอ่อนนุช-แบร์ริง ประกอบไปด้วย ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช 46 รีเจนท์ โฮม 14 สุขุมวิท93
เอสเปซ สุขุมวิท 72 Kinghtsbridge แบร์ริง Pause 107 และ Villa Lasalle

ทำเล ย่านท่าพระ-ตากสิน ประกอบไปด้วย เดอะรุ่มสาทร-ตากสิน ริทึม เดอะสโรว คอลเลกชั่น วอร์
เตอร์มาร์ค เจ้าพระยา ริเวอร์ แมกโนเลียส์ วอเตอร์ฟรอนท์ เรสซิเดนซ์ ณ ไอคอนสยาม ลุมพินีเพลสรัช
ดา-ท่าพระ และ NYE By Sansiri

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่ม
ตัวอย่างตามความเหมาะสม โดยมีการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ได้มาใจและสะดวกที่จะให้ข้อมูลในการตอบ
แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด
เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขต
กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 7 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเพศ
อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด
(Close-ended response questions) และมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) โดย
ตอบให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลประสบการณ์การลงทุนจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วยคำถาม
ประสบการณ์การลงทุนเป็นจำนวนปี ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์เป็นจำนวนปี และ
แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด(Close-ended response
questions) และมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) โดยตอบให้ตรงกับความเป็น
จริงมากที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการลงทุน โดยแบบสอบถามเป็นรูปแบบคำถามปลายปิด (Close-ended question) แบบ 2 ตัวเลือก (Two-way question) จำนวน 10 ข้อ ต้องการคำตอบว่า "ใช่" 10 ข้อ คือข้อ 1 – ข้อ 10

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ สภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ 3 ข้อ และสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ 5 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 166) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ปัจจัยหลัก 15 ข้อ และปัจจัยสนับสนุน 25 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 166) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 35 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ

ตอนที่ 6 แบบสอบถามรูปแบบการดำเนินชีวิต แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ เกณฑ์ตามแนวนอน 9 ข้อ และเกณฑ์ตามแนวตั้ง 24 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541: 166) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 33 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ

ตอนที่ 7 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) กำหนดการให้คะแนนระดับความคิดเห็น 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 14 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประสบการณ์การลงทุน ความรู้ความเข้าใจในการลงทุน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (BURIX Model) รูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนกระบวนการการตัดสินใจลงทุน

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเกี่ยวกับสำนวนภาษาให้เข้าใจง่าย เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษา

6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 30 คน โดยใช้สูตรครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546: 449) เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น

7. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $-1 \leq \alpha \leq +1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546: 49)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร วารสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

1.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการลงทุน และแบบสอบถามตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบบสอบถามตอนที่ 5 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ แบบสอบถามตอนที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต และแบบสอบถามตอนที่ 7 การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบบสอบถามตอนที่ 5 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (BURIX Model) แบบสอบถามตอนที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต และแบบสอบถามตอนที่ 7 การตัดสินใจลงทุนของคนโตมึนเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent Statistic) โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และสมมติฐานข้อที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

2.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way analysis of Variance) โดยทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสมมติฐานข้อที่ 2 ประสิทธิภาพการลงทุน

2.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของสัทธิมาตรพ์

ประเภทคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร และสมมติฐานข้อที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.4 การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปกับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 โมเดลความสำเร็จ 10 ประการ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และเป็นเพศชายจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด /หม้าย/อยู่ย่ำร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และมีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาได้แก่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 5 รองลงมาได้แก่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 อาชีพข้าราชการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อาชีพผู้ประกอบการ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 อาชีพอื่นๆ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 อาชีพผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานเอกชน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และเกษียณ/ว่างงาน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

รายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามลำดับ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุน

ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาได้แก่ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ 1-5 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ 6-10 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ มากกว่า 10 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาได้แก่ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ 1-5 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ มากกว่า 10 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งบุคคล จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาได้แก่ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งการค้า จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งประสบการณ์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากแหล่งชุมชน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์

ผลคะแนนรวม พบว่า ผลคะแนนรวมระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบถูก 11 ข้อ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา ตอบถูก 8 ข้อ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตอบถูก 10 ข้อ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตอบถูก 9 ข้อ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตอบถูก 7 ข้อ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตอบถูก 6 ข้อ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตอบถูก 4 ข้อ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และตอบถูก 3 ข้อ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ระดับความรู้ความเข้าใจ พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน อสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจระดับมากที่สุด จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมา ความรู้ความเข้าใจระดับมาก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และมีความรู้ความเข้าใจระดับน้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนักลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับสภาพแวดล้อมในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และมีระดับของสภาพแวดล้อมในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 สามารถจำแนกแต่ละด้านได้ดังนี้

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สภาพแวดล้อมด้านกลยุทธ์ที่บริษัทใช้ดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาได้แก่ ด้านทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงาน กับด้านโครงสร้างของบริษัท อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ 4.18 ตามลำดับ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สภาพแวดล้อมด้านการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองและกฎหมาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และ 4.28 และสภาพแวดล้อมด้านสภาวะทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม และด้านสภาวะด้านภัยธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 4.14 และ 4.01 ตามลำดับ

5. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ของนักลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับของ ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ในระดับมากที่สุด จำนวน 10 ด้าน ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมาได้แก่ทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 สภาพแวดล้อมโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คุณลักษณะของโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ภาพลักษณ์ของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 วิธีการดำเนินชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พันธมิตรทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 การ

วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ สามารถจำแนกแต่ละด้านได้ดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อการคมนาคมสะดวกสบาย เดินทางได้หลากหลายช่องทาง ข้อทำเลและที่ตั้งคอนโดมิเนียมอยู่ในแนวรถไฟฟ้า หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน ข้อคอนโดมิเนียมอยู่ใจกลางเมือง ข้อคอนโดมิเนียมอยู่ติดมหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และข้อพื้นที่รอบๆ คอนโดมิเนียมมีโอกาสการพัฒนาที่ดินได้ในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 4.65 4.50 4.43 และ 4.23 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านโครงการคอนโดมิเนียม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านโครงการคอนโดมิเนียม อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้างแข็งแรงคงทน ต่อสภาวะแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ ข้อมีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ ข้อการออกแบบคอนโดมิเนียมมีความทันสมัย และข้อนิติบุคคลในการดูแลโครงการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 4.49 4.45 และ 4.27 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านภาพลักษณ์ของบริษัท อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อประสบการณ์ ความชำนาญ และชื่อเสียงของบริษัท ข้อมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การดูแลชุมชนรอบๆ คอนโดมิเนียม และข้อเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 4.38 และ 4.28 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อการรู้วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการซื้อ-เช่าคอนโดของลูกค้า และ ข้อการรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.21 และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อการรู้ฐานะทางการเงินและแหล่งที่มาของรายได้ ของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านสภาพแวดล้อมโครงการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อมีการจัดการสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในให้มีความสะอาด เสริมสร้างสุขลักษณะที่ดีทั้งภายในคอนโดและชุมชนโดยรอบ ข้อการออกแบบทัศนียภาพภายในโครงการ เช่น การออกแบบโครงการคอนโดมิเนียมให้รายล้อมไปด้วยต้นไม้

นานาชนิด และข้อสภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ เช่นคอนโดมิเนียมอยู่ติดริมแม่น้ำ สวนสาธารณะ อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 4.54 และ 4.48 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อมีการจัดหาธนาคาร ซึ่งเป็นที่ปรึกษา และแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ข้อมีนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อสร้างการระดมทุน ให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และมีทุนจดทะเบียนสูง เพื่อช่วยให้โครงการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และข้อมีบริษัทพันธมิตร เพื่ออาศัยจุดแข็งของแต่ละบริษัทในการเกื้อกูลกันทางธุรกิจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 4.30 และ 4.25 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านคุณลักษณะโครงการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านคุณลักษณะโครงการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อคุณสมบัติโครงการใช้งาน ลักษณะของ คอนโดมิเนียมเหมาะสม และเอื้อประโยชน์กับการใช้งาน เช่น ขนาดห้องมีความเหมาะสมกับการอยู่เป็นครอบครัว ข้อการออกแบบรูปแบบอาคารมีความทันสมัยและเป็นมาตรฐานสากล และข้อการออกแบบห้อง มีความสวยงามทันสมัยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 4.46 และ 4.45 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการด้านวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อสร้างความเข้าใจ ในวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้า ข้อสร้างอารมณ์ร่วม ให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณคอนโดมิเนียมนี้ตรงกับวิถีดำเนินชีวิตของตน และข้อจับกลุ่มลูกค้า ให้ตรงกับรูปแบบคอนโดมิเนียม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 4.31 และ 4.28 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อการโฆษณา ข้อการตลาดโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อการตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ และข้อการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 4.37 4.35 และ 4.28 ตามลำดับ และปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อการส่งเสริมการขาย ข้อการตลาดทางตรง และข้อการขายโดยใช้พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.16 และ 3.98 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ข้อระบบรักษาความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ ร.ป.ภ. อย่างเพียงพอ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งระบบรักษาความปลอดภัยต้องเข้มงวดโดยเฉพาะกับคนภายนอก ข้อระบบการจัดการกำจัดขยะ โดยมีการดูแลอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันกลิ่นเหม็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อโครงการ ข้อที่จอดรถ โดยต้องมีจำนวนที่จอดรถที่เหมาะสมกับจำนวนยูนิตของโครงการ และมีระบบการบริหารจัดการที่จอดรถที่เหมาะสม ข้อระบบ Key Card ที่ช่วยอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยแก่ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ข้อร้านค้าที่ให้บริการภายในคอนโดมิเนียมมีหลายรูปแบบ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านให้บริการทางไปรษณีย์ และร้านเสริมสวย เป็นต้น และข้อบริการส่วนกลางอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สนามหญ้าส่วนกลาง ห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ความเร็วสูง เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 4.67 4.67 4.65 4.57 และ 4.56 ตามลำดับ

6. ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับของรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับมาก จำนวน 10 ด้าน ได้แก่ ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ กลุ่มผู้นักอนุรักษ์ กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มนักปฏิบัติ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้ดีนรณ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.14 3.90 3.86 3.76 3.66 3.61 3.51 3.45 และ 3.41 ตามลำดับ และมีระดับของรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 สามารถจำแนกแต่ละด้านได้ดังนี้

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ของนักลงทุน อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านเป็นผู้ที่ยึดถือปฏิบัติตามหลักกฎหมาย และข้อท่านมักจะซื้อสินค้าตามทัศนคติของตนเองเป็นสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.25 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการของนักลงทุนอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักเชื่อในสิ่งที่ปฏิบัติตามกันมาจากพ่อแม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภค

ประเภทยึดถือสถานภาพของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักจะกระทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักจะยึดถือการกระทำและความเห็นจากผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และข้อท่านมักจะซื้อสินค้าตามที่ผู้อื่นแนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำของนักลงทุน อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านชอบสินค้าที่มีความหลากหลายและเกิดความแปลกใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และข้อท่านชอบที่มองหาประสบการณ์ใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุนด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านชอบที่จะทำกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต ของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านต้องการสินค้าใหม่ที่แตกต่างไปจากสินค้าที่มีอยู่ในตลาดในปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และข้อท่านเลือกที่จะทดลองใช้สินค้าที่ออกมาใหม่และยังไม่เคยใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิตของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักเลือกสินค้าที่มีลักษณะการใช้งานที่ยุงยาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ ข้อก่อนที่ท่านจะเลือกซื้อท่านจะค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดผลิตภัณฑ์นั้นก่อน ข้อท่านสนใจเรียนรู้ทุกเรื่องแม้เป็นเรื่องเล็กน้อย และข้อท่านสนใจศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 3.73 และ 3.70 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยม ของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ ข้อท่านเชื่อว่าการทำความดีจะทำให้เราได้ขึ้นสวรรค์ ข้อรายการทีวีในปัจจุบันสื่อไปทางเรื่องเพศมากเกินไป และข้อรัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการสวมหน้ากากอนามัยในโรงเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 3.96 และ 3.74 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ ข้อท่านต้องการรับหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในกลุ่ม ข้อท่านแสดงความสามารถให้บุคคลอื่นเห็นเป็นประจำ และข้อท่านเป็นผู้มีความรู้และปัญญาเป็นเลิศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 3.72 และ 3.69 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่น พยายามโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม ของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านคอยติดตามโครงการคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และข้อท่านต้องการให้บุคคลอื่นมองท่านว่าเป็นคนทันสมัยอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม ของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมีของใช้รุ่นใหม่มาก่อนเพื่อนเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ ข้อท่านใช้เงินส่วนใหญ่ไปกับแฟชั่น ความบันเทิง และสังคม ข้อท่านมองหาคอนโดมิเนียมที่มีรูปทรงแปลกใหม่อยู่เสมอ และข้อท่านต้องการใช้เวลาอยู่ต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 3.51 และ 3.43 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มนักปฏิบัติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มนักปฏิบัติของนักลงทุน อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านต้องการคอนโดมิเนียมแบบเรียบง่ายดูดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และข้อท่านสนใจทำงานกับความคิดและการออกแบบแฟชั่นต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มนักปฏิบัติ ของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ท่านนิยมเข้าร้านขายของ อาทิ ร้านตกแต่งบ้าน ร้านตกแต่งคอนโด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มผู้ดีนร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของนักลงทุน ด้านกลุ่มผู้ดีนร อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านให้ความสนใจในเรื่องต่างๆ เพียงไม่กี่เรื่องเท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้ดีนร ของนักลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อท่านมักจะทำสิ่งของต่างๆ เพื่อนำไปใช้เองในชีวิตประจำวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

และ ข้อทุกครั้งที่ท่านคิดประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ ท่านจะใช้ไม้และโลหะเป็นวัสดุเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ตามลำดับ

7. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักลงทุนมีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากความพึงพอใจของท่านเอง ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากทำเลที่ตั้ง ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากสิ่งอำนวยความสะดวก ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากราคาของโครงการนั้นๆ และท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากภาพลักษณ์ของผู้พัฒนาโครงการนั้นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 4.59 4.53 4.45 และ 4.22 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 นักลงทุนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักลงทุนที่ เพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 นักลงทุนที่ อายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 นักลงทุนที่ สถานะภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีสถานะภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 นักลงทุนที่ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

นักลงทุนอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย

นักลงทุนอาชีพผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานเอกชน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนอาชีพนักเรียนนักศึกษา

นักลงทุนอาชีพผู้ประกอบการ มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย

นักลงทุนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย

สมมติฐานที่ 1.6 นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน ประกอบด้วย ประสบการณ์การลงทุน ระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี

นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 1-5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี

นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน มากกว่า 10 ปี

สมมติฐานที่ 2.2 นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี

นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ มากกว่า 10 ปี

สมมติฐานที่ 2.3 นักลงทุนที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้า

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งบุคคล มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งการค้า มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งชุมชน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ด้านแหล่งประสบการณ์

สมมติฐานที่ 3 นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

ความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้ปานกลาง มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมมากกว่าความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด

ความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มาก มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่าความรู้ความเข้าใจของนักลงทุน ระดับความรู้มากที่สุด

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกรายได้ได้ดังนี้

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ปานกลาง

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์หรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า สภาพแวดล้อมโครงการ พันธมิตรทางธุรกิจ คุณลักษณะของโครงการ วิธีการดำเนินชีวิต การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง (X_1) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ (X_5) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านคุณลักษณะของโครงการ (X_7) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X_9) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือโครงการ (X_2) ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท (X_3) ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (X_4) ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ (X_6) ด้านวิธีการดำเนินชีวิต (X_8) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_{10}) ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้นรักรัศนิยม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มนักปฏิบัติ และกลุ่มผู้ดิ้นรน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกรายด้านได้ดังนี้

ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ต่ำมาก

ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ปานกลาง

ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมี

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนของคนโคมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักลงทุนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคนโคมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคนโคมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องจากในปัจจุบันเพศหญิงขึ้นมามีบทบาททางเวทีธุรกิจมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้หญิงยุคใหม่ต้องไม่เป็นผู้หญิงที่ยึดติดค่านิยมเดิมๆ คือให้ผู้ชายหาเงิน แล้วผู้หญิงเป็นแม่บ้าน ซึ่งขัดกับสภาพแวดล้อมในสังคมปัจจุบัน ไม่ว่าผู้หญิงหรือผู้ชายต่างก็ต้องดูแลตัวเองทั้งนั้น ไม่ว่าจะอยู่ครองโสด หรือมีชีวิตคู่ล้วนต่างต้องการความมั่นคงในการดำเนินชีวิตให้ได้ในสังคมที่เป็นอยู่ ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการจัดการทางการเงินของตนเองให้ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิวิวัฒน์ โตสันติกุล (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคนโคมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องจากเด็กรุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่มเจนวาย (GEN Y) หันมาเริ่มต้นทำธุรกิจ หรือลงทุนกันตั้งแต่จบการศึกษาใหม่ๆ เพื่อสร้างความมั่งคั่งผ่านการลงทุนชนิดต่างๆ เป็นกระแสที่ต้องการรวยด้วยตัวเอง เราจะเห็นสตาร์ทอัพใหม่ๆ ที่เป็นเด็กยุคเจนวายเกิดขึ้นมากมาย เพราะว่าเด็กยุคนี้เป็นเด็กที่ต้องการมีกิจการเป็นของตนเอง อยากสร้างความสำเร็จด้วยฝีมือของตนเอง ด้วยเหตุนี้ไม่จำเป็นแต่ผู้ใหญ่มากอายุและมากประสบการณ์จะลงทุนมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ด้วยปัจจัยที่กล่าวมาทำให้ไม่ว่าจะอายุเท่าไรก็ตามที่บรรลุนิติภาวะแล้ว ก็สามารถลงทุนได้ไม่แตกต่างกัน แล้วแต่ทัศนคติของบุคคลนั้นเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกียรติศักดิ์ พัฒนดำรงเกียรติ (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นักลงทุนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคนโคมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดย

นักลงทุนสถานภาพ โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีการตัดสินใจลงทุนมากกว่านักลงทุนที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน เพราะว่า นักลงทุนที่ยังโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ไม่มีภาระทางการเงินเหมือนกับคนมีครอบครัว มีลูกต้องดูแล ซึ่งคนโสดโชคดีในแง่ที่ภาระทางการเงินจะน้อยกว่า แต่ก็ไม่มีการได้ส่วนของคู่ครอง มาช่วยแชร์ค่าใช้จ่ายเหมือนกัน ถ้าใช้ชีวิตอิสระ เพลิดเพลิน จนลืมวางแผนการเงินก็จะมีปัญหาได้ในอนาคต คนโสดต้องมีวินัยทางการเงินมากกว่าคนมีครอบครัวไม่อย่างนั้นจะการเงินเพลินจนลืมเก็บออม ทางออกก็คือต้องหาตัวช่วยที่จะบังคับให้มีวินัยในการออม อย่างเช่น การลงทุนคอนโดมิเนียม และจะต้องสร้างวินัยทางการเงินให้เกิดขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอิริวัฒน์ โตสันติกุล (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยแตกต่างกัน ด้านมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานเนื่องจากนักลงทุนแม้ว่าจะต่างระดับการศึกษากัน แต่ความรู้ทางการลงทุนย่อมไม่เท่ากัน บางท่านอาจมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแต่กลับเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการลงทุน ส่วนบางท่านที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีก็อาจจะไม่มีความรู้ด้านการลงทุนเลย เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะระดับการศึกษาใด เมื่อต้องการเริ่มลงทุนก็ต้องมีการศึกษาข้อมูลในสิ่งที่ต้องลงทุนให้อยู่เสมอ ดังนั้นระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมมีการตัดสินใจลงทุนไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเศษฐ์ จินดาเกียรติ (2547:92) ทำงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการซื้อขายหลักทรัพย์ในแต่ละเดือนไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยนักลงทุนที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด เพราะ นักเรียน/นักศึกษาถึงแม้ว่าจะยังไม่ประกอบอาชีพเต็มตัว แต่ด้วยความมีพื้นฐานครอบครัวที่อยู่ในระดับค่อนข้างดี ทำให้นักเรียนนักศึกษาเหล่านี้ เริ่มลงทุนในการลงทุนชนิดต่างๆ หรือเป็นสตาร์ทอัพตั้งแต่วัยเรียนค่อนข้างเยอะปัจจุบันนี้กลุ่มเจนวาย หันมาลงทุนเพื่อสร้างความมั่งคั่ง ผ่านตลาดหุ้นมากขึ้น กระแสที่ต้องการรวยด้วยตัวเอง หรือรวยทางลัด ไม่ต้องอาศัยทำงานในออฟฟิศและความนิยมในตัวนักลงทุนที่ประสบความสำเร็จมั่งคั่งตั้งแต่อายุน้อย การลงทุนในรูปแบบต่างๆ จึงเป็นแหล่งที่คนรุ่นใหม่เข้ามาหาความมั่งคั่ง ซึ่งจากที่กล่าวมานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกดล สิริวัฒนชัย (2556) ศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจลงทุนในหุ้น

ของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า อาชีพ มีผลต่อการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องจากการลงทุนคอนโดมิเนียมนั้น ผู้เริ่มลงทุนบางท่านที่ยังไม่สามารถที่จะจ่ายเพื่อการซื้อ คอนโดมิเนียมอาจจะลองลงทุนจากหน่วยลงทุนหรือหุ้นที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ก่อน และในปัจจุบันนี้การดาวน์โหลดคอนโดมิเนียมสามารถที่จะผ่อนดาวน์โหลดได้ และยังสามารถที่จะขายดาวน์โหลดอีกด้วย อีกทั้งธนาคารต่างๆ ยังมีการปล่อยกู้เพื่อที่อยู่อาศัยอีกมากมาย หรือบางท่านมีฐานะทางการเงินที่ดีอาจจะซื้อดาวน์โหลดและปล่อยเช่า และนำค่าเช่ามาจ่ายเป็นเงินผ่อนก็ย่อมได้ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบการลงทุนของแต่ละท่านว่านัดรูปแบบไหน หรือยอมรู้ว่าลงทุนแค่ไหนที่เหมาะสมกับตัวเราเอง ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ระดับรายได้ไม่มีผลกระทบต่อการลงทุน จึงทำให้การตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมมา ตีโลกวิชัย (2557) ทำการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่าระดับรายได้/เดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ เลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน ประกอบด้วย ประสบการณ์การลงทุนระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์ และแหล่งข้อมูลในการลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุน คอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากผลการวิเคราะห์พบว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี และนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 1-5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนน้อยกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี เนื่องจากประสบการณ์การลงทุนเป็นตัวบ่งชี้ความสามารถในการลงทุนที่ดีได้ นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนที่มากกว่าย่อมจะได้เปรียบในการตัดสินใจลงทุนมากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์น้อย ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์น้อยการที่จะตัดสินใจลงทุนแต่ละครั้งย่อมต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดรอบคอบในทุกๆ ด้านเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการลงทุน เพราะฉะนั้นนักลงทุนที่มีประสบการณ์มากกว่าก็ย่อมมีการตัดสินใจลงทุนมากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์น้อย และพบว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนมากกว่า 10 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมน้อยกว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี อาจเป็นเพราะว่าผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีมักจะไม่ได้ตัดสินใจลงทุนบ่อยนักเพราะผ่านการลงทุนมานาน แต่เป็นการที่ยังถือครองหลักทรัพย์ไว้ระยะยาวเพื่อปล่อยเช่าอยู่ หรือปล่อยขายเพื่อการเก็งกำไร จึงมีการตัดสินใจ

ลงทุนคอนโดมิเนียมน้อยกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูริพร สีสนิท (2553) ที่ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ในการลงทุน แตกต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้าฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากผลการวิเคราะห์พบว่า นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมน้อยกว่านักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี และนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ มากกว่า 10 ปี เนื่องจากนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปีเป็นนักลงทุนที่กำลังกล้าได้กล้าเสียมากกว่านักลงทุนทั้งสองประเภท เพราะว่าเป็นช่วงเวลาที่ผ่านมาการลงทุนมาระยะเวลาหนึ่งและรู้ถึงภาวะตลาดและสภาพแวดล้อมต่างๆ เป็นอย่างดีทำให้มีการตัดสินใจมากกว่าทั้งสองประเภท แต่ไม่ใช่ว่านักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์มากกว่า 10 ปีและน้อยกว่า 1 ปีจะไม่มีความรู้ แต่นักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์มากกว่า 10 ปีเป็นนักลงทุนที่ผ่านช่วงการลงทุนมาเป็นระยะเวลานานทำให้มีประสบการณ์ เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งอาจจะชอบที่จะถือครองหลักทรัพย์ระยะยาว เพื่อให้เกิดผลกำไรได้ตลอดเวลา และนักลงทุนที่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี นักลงทุนประเภทนี้เป็นลักษณะที่ปล่อยสินทรัพย์ออกเร็วแล้วอาจไม่ได้ผลกำไรเป็นที่ต้องการ หรือเกิดภาวะขาดทุน จึงทำให้มีการตัดสินใจลงทุนน้อยกว่าที่กล่าวมาข้างต้น จากที่กล่าวมามีความสอดคล้องกับแนวคิด นิเวศน์ เหมวชิรวรากร (2015) เรื่อง “สั้น VS ยาว” ที่กล่าวว่า “คนที่ตั้งใจถือหุ้นไม่เกินประมาณ 1 ปี ก็ต้องถือว่าเป็นคน “เล่นสั้น” แม้ว่าเจ้าตัวจะบอกว่าตนเองเป็นคนลงทุนระยะยาว คนที่ตั้งใจถือหุ้นยาวกว่านั้นโดยเฉพาะที่ไม่ได้ตั้งเป้าเวลาที่จะขายเลยนั้นก็อาจจะถือว่าเป็นคนที่ “เล่นยาว” มองจากเกณฑ์นี้แล้วคิดว่านักลงทุนในตลาดหุ้นไทยส่วนใหญ่ รวมถึงสถาบันลงทุน เช่น บลจ.ทั้งหลายที่บริหารเงินให้กับคนอื่น ก็น่าจะถือว่าเป็นคนที่ “เล่นสั้น” คนที่ “เล่นยาว” นั้น คิดว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มของ VI ที่อายุมากหน่อยหรือไม่ก็เป็นสถาบันลงทุนที่เน้นระยะยาวเช่นกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนรวมระยะยาว LTF หรือ RMF กองทุนของบริษัทประกันภัยหรือประกันชีวิต และกองทุนของบริษัทหรือกองสีที่ไม่เน้นที่จะต้องใช้ผลงานการลงทุนให้กับใครมากนักและสามารถถือหุ้นได้โดยไม่ต้องพะวงกับการถูก “ถอน” การลงทุน”

นักลงทุนที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยนักลงทุน

ที่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนจากแหล่งประสบการณ์ มีการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด เพราะนักลงทุนนอกจากจะเสาะหาจากแหล่งการค้า และแหล่งชุมชนเพื่อเป็นพื้นฐานในการรู้ข้อมูลการตัดสินใจลงทุนแล้ว เหนือสิ่งอื่นใดนักลงทุนทุกคนย่อมมีความเชื่อมั่นในประสบการณ์ที่ผ่านมาของตนเองมากกว่าที่จะมาเสาะหาจากสื่อโฆษณาซึ่งทุกวันนี้มักจะโฆษณาเกินความเป็นจริง และประสบการณ์ต่างๆ ในอดีตนั้นย่อมมีทั้งประสบความสำเร็จและล้มเหลวมาแล้วทั้งสิ้น ประสบการณ์เหล่านี้จะนำมาประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ดียิ่งขึ้น ทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นว่าแหล่งประสบการณ์ของตนเองจะเป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนที่ดี สอดคล้องกับแนวคิด Kolb and Fry (1971 ; 1975 ; 1984) เรื่องทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ที่กล่าวว่า “การเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) คือการสร้างความรู้ ทักษะ และเจตคติด้วยการนำเอาประสบการณ์เดิมของผู้เรียนมาบูรณาการเพื่อสร้างการเรียนรู้ใหม่ๆ ขึ้น” ก็คือการนำเอาประสบการณ์การลงทุนในอดีตมาบูรณาการเพื่อสร้างการเรียนรู้จากการลงทุนได้ในรูปแบบใหม่ หรือในรูปแบบของนักลงทุนเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกดล สิริวัฒนชัย (2556) ศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประสบการณ์การลงทุนในหุ้น มีผลต่อการลงทุนในหุ้น ของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน พบว่า

นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิเคราะห์ พบว่านักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจ ระดับความรู้ปานกลาง มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม มากกว่านักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจ ระดับความรู้มากที่สุด และนักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจลงทุน ระดับความรู้มาก มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม น้อยกว่านักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจ ระดับความรู้มากที่สุด เพราะว่า นักลงทุนแต่ละคนย่อมมีการศึกษาหาความรู้ในเรื่องของการลงทุนเป็นอย่างดี ไม่จำเป็นที่ความรู้มากที่สุดจะลงทุนมากกว่าความรู้ที่น้อยที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจของแต่ละบุคคลว่ามีความมั่นใจอย่างไรและจะตัดสินใจลงทุนเช่นไร แต่จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่านักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง มีการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด เพราะ นักลงทุนที่มีความรู้ปานกลางเป็นนักลงทุนที่มีการศึกษาหาความรู้มาประมาณหนึ่ง ทำให้เป็นกลุ่มบุคคลที่กล้าได้กล้าเสียในการลงทุน และทำให้มีการตัดสินใจลงทุนได้เร็วและมากกว่านักลงทุนระดับความรู้อื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุริพร สีสันทิ (2553) ที่ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่าความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษี แตกต่างกัน มี

แนวโน้มการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้าฯ ในข้อในอนาคตคาดว่าจะลงทุนในกองทุนรวม LTF เพิ่มเติม และขอการแนะนำให้ผู้อื่นที่ทำงานรู้จักลงทุนในกองทุนรวม LTF แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้ กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ควบคุมได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือสภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ นับว่าเป็นงานอันดับแรกที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารจัดการธุรกิจหรือการตัดสินใจเลือกลงทุนในธุรกิจต่างๆ โดยปกติก่อนเริ่มดำเนินการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ใดๆ ก็ตาม ต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นอันดับแรกก่อนเสมอ หลังจากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรธุรกิจเป็นลำดับต่อมา เพราะว่าสภาพแวดล้อมเหล่านี้มีผลกระทบโดยตรงต่อการสร้างโครงการคอนโดมิเนียม ผู้บริหารหรือนักลงทุนจำเป็นต้องศึกษาให้ละเอียดก่อนว่าสภาพแวดล้อมนั้นมีผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบ ถ้าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีผลกระทบต่อโครงการก็จะทำให้ ไม่มีการตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้นๆ เพิ่มขึ้นในเกณฑ์ปานกลาง และเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นถ้าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่เอื้ออำนวยนักลงทุนก็มีทางเลือกไปลงทุนที่ไม่มีผลกระทบทางด้านนี้มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ก้องเกียรติ บุรณศรี (2552) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจต่อความเป็น ผู้ประกอบการขององค์กร: กรณีศึกษา สถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตขนาดกลาง และขนาดใหญ่ในประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่าสภาพแวดล้อม ทางธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก องค์กรมีผลกระทบต่อความเป็นผู้ประกอบการ ขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Antoncic and Hisrich (2000) และผลการ วิจัยของ Hornsby และคณะ (2002) ศึกษา พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ส่งผลผลกระทบต่อความเป็นผู้ประกอบการของ องค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติศักดิ์ พัฒนดำรงเกียรติ (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมทางการลงทุนด้านภาวะเศรษฐกิจและการเมือง การวิเคราะห์ทางเทคนิค การวิเคราะห์

ภาวะหลักทรัพย์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 3 0.8

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ผลิตรภัณฑ์หรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า สภาพแวดล้อมโครงการ พันธมิตรทางธุรกิจ คุณลักษณะของโครงการ วิธีการดำเนินชีวิต การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมโครงการ คุณลักษณะของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนด้าน ผลิตรภัณฑ์หรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากทั้งด้าน ผลิตรภัณฑ์หรือโครงการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งอำนวยความสะดวก ล้วนมีรูปแบบที่แต่ละโครงการทำออกมาเพื่อให้ตรงใจนักลงทุนไม่แตกต่างกัน แต่ด้านทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อมโครงการ คุณลักษณะของโครงการปัจจัยทั้งสามด้านนี้นักลงทุนเห็นว่า **ด้านทำเลที่ตั้ง**ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจคอนโดมิเนียม **ด้านคุณลักษณะของโครงการ** ถือเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมอย่างมากเพราะ มีความเกี่ยวข้องกับ การออกแบบห้อง วัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง คุณประโยชน์ด้านการใช้งาน เป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญเพราะจะได้มีลักษณะของห้องตรงตามความต้องการลูกค้ามากที่สุด **ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ** ควรคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทั้ง 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย บรรยากาศสภาพแวดล้อมภายในโครงการ และ บรรยากาศสภาพแวดล้อมภายนอก สิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลทางบวกต่อคุณภาพชีวิตของลูกค้าผู้ที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chin Tung Leong (2002) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “Valuation of Condominium in Penang, Malaysia: A Hedonic Price Approach” เพื่อทำการศึกษปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนในการกำหนดราคาที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในรัฐปีนัง ประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีตัวแปรทั้งหมดในการศึกษาจำนวน 10 ตัวแปร และได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มแรกเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทำเลที่ตั้ง กลุ่มที่สองเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะโครงสร้าง และกลุ่มที่สามเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะสภาพแวดล้อม จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือปัจจัยทั้งหมดมีผลต่อการกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในรัฐปีนังประเทศมาเลเซีย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Henry M.K. Mok (1995) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “A Hedonic Price Model for Private Properties in Hong Kong” โดยประยุกต์ใช้แบบจำลอง Hedonic Price เพื่อ

ศึกษาถึงความสำคัญของคุณลักษณะเกี่ยวกับ ทำเลที่ตั้ง โครงสร้างคอนโดมิเนียม และสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียม ที่มีต่อระดับราคาของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเกาะฮ่องกงการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรทุกตัวในแบบจำลองล้วนมีนัยสำคัญทางสถิติและมีทิศทางของการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงราคาของคอนโดมิเนียม ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถแสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อคอนโดมิเนียมเป็นผู้ที่ใช้เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อ โดยมีการพิจารณาเปรียบเทียบความเหมาะสมของราคาคอนโดมิเนียมกับคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียมอย่างรอบคอบก่อนทำการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ได้แก่ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถึงนักลงทุนและลูกค้า กระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบ หรือเครื่องมือของการสื่อสารการตลาดต้องเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเพื่อที่จะเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากที่สุด แต่ปัจจุบันกลับพบว่าการสื่อสารของแต่ละโครงการมีการสื่อสารที่เกินความเป็นจริง ทำให้ลูกค้าได้รับผลกระทบเป็นจำนวนมากทำให้เป็นไปได้ว่า ยิ่งลูกค้าได้รับการสื่อสารที่มากเกินความจำเป็นมากเท่าใดก็ยิ่งทำให้การตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมลดลง แต่การสื่อสารก็เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้าทราบข้อมูลเบื้องต้น ดังนั้นทางโครงการควรมีการสื่อสารที่ดีตรงไปตรงมา เพื่อไม่เกิดผลเสียจากการสื่อสารได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งฤทัย เนาว์คำ และ ดร.นิเวศน์ ธรรมะ (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด และปัจจัยการสื่อสารการตลาด เป็นไปตาม สมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด และปัจจัยการสื่อสารการตลาด มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม

สมมติฐานที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มนักปฏิบัติ และกลุ่มผู้ดีนรณ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ กลุ่มนัก

ปฏิบัติ และกลุ่มผู้ด้นรณ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง ด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ ด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยม ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม ด้านกลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่ ด้านกลุ่มนักปฏิบัติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ และด้านผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ ด้านกลุ่มผู้ด้นรณ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเรามีความหลากหลายวิธีทาง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีต ลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละคน และสถานการณ์แวดล้อมที่แตกต่างกัน ผู้บริหารควรทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Marketing) การทำการตลาดโดยให้ความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มเป้าหมายโดยมุ่งเน้นว่าการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ต้องให้สอดคล้องเหมาะสมลงตัวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบโครงการคอนโดมิเนียม การสื่อสารการตลาด การจัดกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น ให้เข้าเข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ก็จะทำให้ให้นักลงทุนมีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ปานกลาง เกณฑ์ค่อนข้างต่ำ และเกณฑ์ต่ำมาก ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Allen, Karen, & Susan (1992) ที่กล่าวว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากกลไกการผสมผสานของลักษณะเฉพาะตัวและประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค แต่ละรายมาปฏิสัมพันธ์กับสภาวะแวดล้อมทางสังคม ซึ่งส่งผลสู่วิถีการปฏิบัติ หรือพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตในที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชิต ศิริกิจ (2551) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติที่มีต่อการเลือกบ้านจัดสรร ประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน มีความ แตกต่างกันไปตามการเลือกบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์ ทางด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน มีความ แตกต่างกันไปตามการเลือกบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์ ทางด้านสำนักงานขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านลักษณะประชากรศาสตร์

จากการศึกษาครั้งนี้สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยให้ความสำคัญไปที่กลุ่มนักลงทุนที่มีสถานภาพโสด/ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ เป็นนักเรียนนักศึกษา มีประสบการณ์การลงทุนและระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ 6-10 ปี และมีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนจากแหล่งประสบการณ์ของตนเอง เพื่อให้ผู้บริหารกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพราะจากการศึกษานักลงทุนกลุ่มนี้มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมมากที่สุด

2. ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพราะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นตัวกำหนดปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วยการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ นับว่าเป็นงานอันดับแรกที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารจัดการธุรกิจหรือการตัดสินใจเลือกลงทุนในธุรกิจต่างๆ การวิเคราะห์จะต้องดำเนินการไปอย่างมีขั้นตอน โดยเริ่มการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นอันดับแรกก่อนเสมอ สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่องค์กรธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ สภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญต้องนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความเจริญรุดหน้าของเทคโนโลยี ฯลฯ ภายหลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก แล้ว ลำดับต่อมาจึงดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรธุรกิจเอง ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ สภาพแวดล้อมที่สำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ องค์กร บุคลากร และด้านการเงิน จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ปานกลาง และเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

3. ด้านปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านทำเลที่ตั้ง การทำธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับ ตัวโครงการคอนโดมิเนียมนี้ๆ ควรมีการคมนาคมที่สะดวกสบาย สามารถเดินทางได้หลากหลายช่องทาง อาทิเช่น การเดินทางโดยรถยนต์เพราะคนส่วนใหญ่ยังคงนิยมเดินทางด้วยรถยนต์เป็นหลัก ดังนั้น ผู้บริหารโครงการคอนโดมิเนียมต้องพิจารณาว่าถนนหน้าโครงการมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอหรือไม่ มีระบบขนส่งมวลชน รถเมล์ รถตู้โดยสาร รถแท็กซี่เพียงพอหรือไม่

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านคุณลักษณะโครงการ ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของโครงการ ที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมนี้มีหลากหลาย ที่ผู้บริหารควรทำให้มีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ให้นักลงทุนให้

ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การออกแบบรูปแบบอาคาร ลักษณะอาคารของโครงการ คอนโดมิเนียมนั้น ควรมีการออกแบบให้มีความสวยงาม มีการวางผังอาคารเพื่อป้องกันแสงแดด และมีเอกลักษณ์โดดเด่นในสไตล์ของตัวเอง เพื่อสร้างการจดจำ และเป็นที่สะดุดตาของคนทั่วไป ซึ่งอาจจะกลายเป็นลูกค้าของโครงการในอนาคตได้ นอกจากนี้ควรมีการบำรุง ดูแลรักษา และปรับปรุง โครงการคอนโดมิเนียมให้น่าอยู่อาศัย มีความใหม่อยู่เสมอ เป็นต้น

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ ในการดำเนินธุรกิจนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่รายรอบคอนโดมิเนียมอย่างมาก เพราะจะแสดงถึงลักษณะ ชีวิตความเป็นอยู่ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ นักลงทุนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือสภาพแวดล้อมภายในโครงการ บรรยากาศสภาพแวดล้อมภายในโครงการ อาทิเช่น การออกแบบโครงการคอนโดมิเนียมให้รายล้อมไปด้วยต้นไม้พันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยสร้างความร่มรื่น และเป็นสถานที่พักผ่อนแก่ลูกค้าผู้อยู่อาศัย หรือความหนาแน่นของประชากรที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียม ซึ่งอาจจะพิจารณาเบื้องต้นได้จากจำนวนยูนิตในโครงการว่ามีจำนวนมากเกินไป แออัดเกินไปหรือไม่ เพราะอาจจะส่งผลกระทบต่อความเป็นส่วนตัวของลูกค้าผู้อยู่อาศัยได้ โดยการปรับปรุงหรือพัฒนา สภาพแวดล้อมภายในโครงการนั้น จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้โครงการคอนโดมิเนียมนี้ๆ ยังคงมีบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นสังคมที่น่าอยู่ตลอดไป

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากผลการวิจัย ทำให้ทราบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนั้น ผลออกมามีทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ยิ่งมีการสื่อสารการตลาดมากเท่าไร ทำให้มีการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมลดลง ซึ่งกระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องให้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริหารควรต้องให้ความสำคัญในรูปแบบ หรือเครื่องมือของการสื่อสารการตลาดต้องเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และต้องมีการสื่อสารที่จริงใจ ตรงไปตรงมา บอกรายละเอียดอย่างถูกต้อง ไม่เกินความเป็นจริง โดยเครื่องมือที่นักลงทุนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในครั้งนี้ คือ ได้แก่ การโฆษณา การตลาดโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโครงการ ถือเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ และนำมาพิจารณา เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้า โดยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในโครงการ คอนโดมิเนียม ผู้บริหารควรให้ความสำคัญมากที่สุด ตามความเห็นของนักลงทุนจากการวิจัยครั้งนี้คือ ระบบรักษาความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ ร.ป.ภ.อย่างเพียงพอ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งระบบรักษาความปลอดภัยต้องเข้มงวดโดยเฉพาะกับคนภายนอก ระบบการทิ้ง และกำจัดขยะ โดยมีการดูแลอย่าง

เข้มงวด เพื่อป้องกันกลิ่นเหม็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัย และที่จอดรถ โดยต้องมีจำนวนที่จอดรถที่เหมาะสมกับจำนวนยูนิตของโครงการ และมีระบบการบริหารจัดการที่จอดรถที่เหมาะสม

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า ผู้บริหารควรทำการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มลูกค้า เพื่อให้บริษัทสามารถรู้จักกลุ่มลูกค้า และเข้าใจถึงกลุ่มลูกค้าอย่างลึกซึ้ง สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ Customer Insights เพื่อเข้าสู่กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า หรือการทำ CRM เพื่อก่อให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty Customer) ในอนาคตได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ นักลงทุนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ การรับรู้วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการซื้อ-เช่าคอนโดของลูกค้า

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านวิถีการดำเนิน ที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การสร้างความเข้าใจ โดยผู้บริหารธุรกิจคอนโดมิเนียมต้องเข้าใจ และมองเห็นแนวโน้มของส่วนแบ่งทางการตลาดคอนโดมิเนียมในอนาคต เข้าใจความต้องการของลูกค้า รวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อ และวิถีการดำเนินชีวิต (Life Style) ของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน รวมทั้งการเข้าใจตลาดเฉพาะ (Niche Market) เช่น คอนโดมิเนียมย่านสุขุมวิทที่ต้องการเน้นตลาดลูกค้าชาวต่างชาติอย่างลูกค้าญี่ปุ่น

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท ปัจจุบันผู้บริหารควรให้ความสำคัญ “ภาพลักษณ์ของบริษัท (Developer Image)” หรือ “ความเชื่อมั่นในตราสินค้า” นับเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม เพราะด้วยสินค้าประเภทอสังหาริมทรัพย์เป็นสินค้าที่มีราคาสูง กลุ่มลูกค้าจะต้องศึกษาหาข้อมูลที่มากขึ้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ ดังนั้น การสร้างความเชื่อมั่นให้กับแบรนด์จึงถือเป็นประเด็นหลักที่หลายองค์กรให้ความสนใจ ซึ่งภาพลักษณ์ของธุรกิจคอนโดมิเนียมที่พึงประสงค์ ที่นักลงทุนให้ความสำคัญมากที่สุดคือความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น มีความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง ตรงไปตรงมา โปร่งใส หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคมในด้านต่างๆ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านโครงการคอนโดมิเนียม การดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้บริหารควรพิจารณาถึงการออกแบบโครงการคอนโดมิเนียม นั้นๆ ให้มีความทันสมัย ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้า นอกจากนั้นการพิจารณาเรื่องราคาให้มีความเหมาะสมนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน และทำเลที่ตั้ง โดยมีขนาดห้องให้เลือกหลากหลาย เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า ทั้งกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนทำงาน นักเรียน นักศึกษา ครอบครัวขนาดเล็ก ฯลฯ

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ในการดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียม ผู้บริหารควรคำนึงถึงการสร้างพันธมิตรที่เข้มแข็งและอาศัยจุดแข็งของกันและกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาด ซึ่งพันธมิตรของธุรกิจคอนโดมิเนียมในการวิจัยครั้งนี้

นักลงทุนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ธนาคาร ซึ่งเป็นที่ปรึกษา และแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

4. ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

พบว่าด้านผู้ประกอบการประเภทยึดถือการกระทำ ด้านกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดที่เน้นการสร้างประสบการณ์ใหม่ที่มีความหลากหลาย มีการจัดการกับความเสี่ยงภัยที่ดี และต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้โครงการคอนโดมิเนียม เพราะผู้ประกอบการด้านนี้มักถูกผลักดันให้มีการซื้อสินค้าที่มีความหลากหลาย มีศักดิ์ศรี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของตนต่อผู้อื่น

ด้านกลุ่มนักปฏิบัติ ด้านกลุ่มผู้แสวงหาประสบการณ์ใหม่ ด้านผู้ประกอบการประเภทยึดถือหลักการ ด้านกลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ ด้านกลุ่มผู้สมหวังในชีวิต ด้านกลุ่มผู้นุรักษ์นิยม ด้านกลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดที่เน้นภาพพจน์และเป็นสินค้าที่มีสไตล์ซึ่งมีความสำคัญมากต่อคนกลุ่มนี้ เพราะผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ซื้อสินค้าโดยอ้างอิงกับทัศนคติของตัวเองที่มีต่อโลกและเป็นบริโภคที่มีพฤติกรรมตามค่านิยมเป็นสำคัญ

ด้านผู้ประกอบการประเภทยึดถือสถานภาพ ด้านกลุ่มผู้ดีนรณ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดที่มีความกระตือรือร้น เช่น เน้นกีฬา การออกกำลังกาย การเลี้ยงภัย และกิจกรรมทางสังคม ชอบแสวงหาความหลากหลาย ความตื่นเต้น เพราะผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าโดยอิงกับปฏิภรียาและความคิดเห็นของผู้อื่น

เพราะฉะนั้นการทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นการทำการตลาดโดยให้ความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายโดยมุ่งเน้นว่าการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ต้องให้สอดคล้องเหมาะสมลงตัวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสินค้าหรือบริการ การสื่อสารการตลาด การจัดกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น ดังนั้น ผู้บริหารโครงการคอนโดมิเนียมควรทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต คือการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดผู้ประกอบการตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Positioning) ของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งหรือจุดยืนทางการตลาดของตัวเองเพื่อบอกผู้บริโภค หรือการกำหนดตำแหน่งครองใจผู้บริโภคไว้ว่าเราไม่เหมือนคนอื่น

5. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์

จากการศึกษาพบว่าความรู้ความเข้าใจปานกลางปานกลางมีการตัดสินใจซื้อมากที่สุด นักลงทุนควรหันมาใส่ใจในการเรียนรู้เรื่องการลงทุนให้มากยิ่งขึ้น เพราะปัจจุบันมีนักลงทุนที่เป็นนักศึกษา พนักงานออฟฟิศ มนุษย์เงินเดือน รวมไปถึงนักลงทุนทั้งรายย่อยและรายใหญ่เกิดขึ้นเป็น

จำนวนมาก ซึ่งให้ความสนใจในการลงทุนในหุ้นและการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ แต่ก่อนอื่นเราต้องศึกษาหาความรู้ให้มาก เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจ และป้องกันความเสี่ยงที่เกิดจากการตัดสินใจลงทุนได้ ในการลงทุนนั้นนักลงทุนต้อง มองให้ออกว่าในอนาคตอีก 5-10 ปีบ้านเมืองเราจะพลิกโฉมกันไปอย่างไร ภายในไม่กี่ปีข้างหน้าจะมีสถานีรถไฟฟ้าเกิดใหม่มากกว่า 200 สถานี ทั้งๆ ที่เมื่อ 15 ปีที่ผ่านมา มีสถานีเพียง 60 สถานีเท่านั้น การเติบโตของระบบขนส่งอย่างรวดเร็วทำให้เรามองได้ว่า นับจากนี้ต่อไป การเจริญเติบโตของอสังหาริมทรัพย์ย่อมเติบโตตามไปด้วย เพราะฉะนั้นความรู้มากย่อมได้เปรียบในการลงทุนมากยิ่งขึ้น ถ้าลงทุนโดยปราศจากการเรียนรู้ หรือความรู้ที่ผิวเผินย่อมมีความเสี่ยงเกิดขึ้นได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตปริมณฑล
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตปริมณฑลกับกรุงเทพมหานคร
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตหัวเมืองใหญ่ๆ เปรียบเทียบกับเขตปริมณฑล



บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- . (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิริติ ยศยิ่งยง. (2549). *ขีดความสามารถ*. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี้
- จิรัตน์ สังข์แก้ว. (2545). *การลงทุน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จักรกริช ใจดี (2542). *ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาธิปไตยของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตร. วิทยานิพนธ์ :: ศศ.ม. (การอุดมศึกษา)*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์; และณรงค์ เทียนสง. (2521). *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- โชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์. (2555). *ปัจจัยกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ฐรีพร สีสนิท. (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2547). *ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: แชนพอร์พรินติ้ง.
- ธเนศ ต่วนชะเอม. (2552). *ตัวแปรในการวิจัยและคู่มือการสร้างแบบสอบถาม*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนานักวิจัยแห่งประเทศไทย.

- ธมลวรรณ ศรีคำ. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทจัดการกองทุนพรีเมาเวสต์ จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เกียรติ วิวัณศิริ. (2527). จิตวิทยาการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- นิพนธ์ เทพวัลย์. (2523). ประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน (2547). การจัดการความรู้กับคลังความรู้. กรุงเทพฯ: เอสอาร์ ฟรินตัมเอสโปรดักส์,
- บุริม โอทกานนท์. (2556). ดีแตก ธุรกิจคอนโดฯ. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). การจัดการความรู้พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2544). ทฤษฎีองค์การสาธารณะ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย..
- เพชร ชุมทรัพย์. (2544). หลักการลงทุน. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาโนช เวชพันธ์. (2532). ความรู้คือ. วันที่ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <http://wikipedia.org/wiki/ความรู้>
- วิชัย ตันติกุลนันท์. (2544). คำอธิบายสัญญาว่าด้วยเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และ ทรัสตรีชิต (T/R). กรุงเทพฯ: พิมพ์อักษร.
- วิภา คิตเมตตากุล. (2549). ทักษะชีวิตของคนวันทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการลงทุนในกองทุน รวมหุ้นระยะยาว (LTF). วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2538). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- (2539). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิสัทธิพัฒนา.
- (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริการการตลาด. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อินบิสซิเนส.
- ศูนย์ข้อมูลการลงทุนธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2558). แนวโน้มการลงทุนคอนโดมิเนียมและทำเลทองปี พ.ศ.2558-2559. กรุงเทพฯ: ศูนย์ข้อมูลการลงทุนธนาคารกรุงศรีอยุธยา.

- สวัสดิ. (2542). ความรู้คือ. วันที่ค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2558, จาก <http://wikipedia.org/wiki/ความรู้>.
- สุนันทา เขียวถาวร. (2540). ความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกกรณีที่มีการละเมิดของผู้ครอบครองอาคารชุด. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (นิติศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- สุวิมล ติรภานันท์. (2551). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพร จุญญรังสี. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). จากมุมมองนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จีพีซีเบอร์พริ้นท์.
- สมชาย ทรัพย์สินโอฬาร. (2552). การศึกษาความเป็นไปในโครงการลงทุนสร้างห้องชุดให้เช่าในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2532). ประสบการณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
- อนุชิต เทียงธรรม. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: แอมเบอร์แอดแอนด์อินทีเรียซิติพัทธ์วารรัตน์นิกุล.
- อนุรักษ์ ทองสุขโขวงศ์. (2555). ต้นทุนผันแปรและการวิเคราะห์ ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2556, จาก http://home.kku.ac.th/anuton/3526301/Doc_02.pdf
- อนันตพร นคะจัด. (2542). การศึกษาเปรียบเทียบปัญหากฎหมายกับการดำเนินกิจการของนิติบุคคลอาคารชุดและของสหกรณ์เคหะสถาน ตาม พ.ร.บ. อาคารชุด พ.ศ. 2522 และ พ.ร.บ. สหกรณ์พ.ศ.2542. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (นิติศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- อรุณ รักธรรม. (2536). การพัฒนาองค์การ แนวความคิดและการประยุกต์ใช้ในระบบสังคมไทย. ม.ป.ท.
- อุทัย เลาหิเชียร. (2543). รัฐประศาสนศาสตร์ลักษณะวิชาและมิติต่างๆ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.

- Allen, C.T., Karen, A.M.; & Susan, S.K. (1992). A Comparison of Attitudes and Emotions as Predictors of Behavior at Diverse Levels of Behavioral Experience. *Journal of Consumer Research*.
- Barnard, Chester I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge, Mass: Harvard University Press,
- Ben C. Arimah. (1992). One of The Many Faces of Urban Poverty: Explaining The Prevalence of Slums in African Countries. United Nations Human Settlements Programme.Nairobi, Kenya.
- Barnard, Chester I. (1938). *The Function of Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gibson, J.L., Lvacerich, J.M.; & Donnelly, J.H. (1970). *Organizations: behavior structure and Process*. Texas: Business.
- Gibson, J.L. (2000). *Organizations Behavior*. 7th ed. Boston: Irwin.
- Hartung, Joachim. (2001). Testing for Homogeneity in Combining of two-armed trialswith normally distributed responses. *The Indian Journal of Statistics.Sankhya*. 63: 300.
- Hawkins, Best& Coney. (2001). *Building Marketing Strategy (International Edition)*. 8th ed. New York: Mc Graw-Hill.
- Huh, S. (n.d.). *The Choice of Functional Form and Variables in The Hedonic Price Model In Seoul*.
- Kimble, Gregory A. (1961). *Conditioning and learning*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Kolter, Phillip. (2000). *Marketing Management The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- (2002). *Marketing Management, 9thed*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, Philip; & Gary Armstrong. (2001). *Principles of Marketing*. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Leong, C.T. (197). *Valuation of Condominium in Penang*. Reilly.
- Robbins, S.P. (1990). *Organization theory: Structure, design and applications*. 3rd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Lestie Lazar. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed.

Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Simon, Herbert A. (1962). *Administrative Behavior*. New York: The McMillen Company

Yamane, Taro. (1973). *Statistic: An Introductive Analysis*. 3rd ed. New York: Harper & Row Publisher.

แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

[http:// moneyhub.in.th](http://moneyhub.in.th)

<http://www.chawbanlaw.com>

<http://www.dailynews.co.th>

<http://www.landinvestingthai>

<http://www.manager.co.th>

<http://www.propertytoday.in.th>

<http://www.pyedesign.net>

<http://www.sec.or.th>

<http://www.set.or.th>

<http://www.start-to-invest.com>

<http://www.tiewpakklang.com>

<http://www.royin.go.th>





ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม
ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามชุดนี้ จะถูกเก็บเป็นความลับ และจะนำมาใช้ประโยชน์ต่อการศึกษาในเรื่องนี้เท่านั้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

แบบสอบถามประกอบด้วยกัน 7 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุน
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ
- ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ส่วนที่ 1

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เพียงข้อเดียวที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย☐ หญิง

2. อายุ

☐ 20 - 29 ปี☐ 30 - 39 ปี☐ 40 - 49 ปี☐ 50 - 59 ปี☐ 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ โสด☐ สมรส/อยู่ด้วยกัน☐ หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี☐ ปริญญาตรี☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ ข้าราชการ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ ผู้บริหาร/จัดการ☐ ผู้ประกอบการ☐ นักเรียน/นักศึกษา☐ เกษียณ/ว่างงาน☐ อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

6. ระดับรายได้

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท☐ 15,001 - 30,000 บาท☐ 30,001 - 45,000 บาท☐ 45,001 - 60,000 บาท☐ 60,001 - 75,000 บาท☐ 75,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2

ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การลงทุน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ เพียงข้อเดียวที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ประสบการณ์ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของท่าน

- ☐ น้อยกว่า 1 ปี
- ☐ 1 – 5 ปี
- ☐ 6 – 10 ปี
- ☐ มากกว่า 10 ปี

2. ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ของท่าน

- ☐ น้อยกว่า 1 ปี
- ☐ 1 – 5 ปี
- ☐ 6 – 10 ปี
- ☐ มากกว่า 10 ปี

3. แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนของท่าน

- ☐ แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ
- ☐ แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า ฯลฯ
- ☐ แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ
- ☐ แหล่งประสบการณ์ ได้แก่ ประสบการณ์ตรงที่ท่านเคยลงทุนมาแล้ว

ส่วนที่ 3

ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอสังหาริมทรัพย์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อละ 1 ช่อง

ประเด็นคำถาม	ถูก	ผิด
1. อสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์สินที่อยู่ใกล้ตัวในชีวิตประจำวันของคนเรา		
2. การลงทุนอสังหาริมทรัพย์โดยพื้นฐานที่สุดคนทั่วไปมักนึกถึงก็คือบ้าน		
3. ที่ดิน หอพัก คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน โรงงาน ฯลฯ จัดเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนประเภทหนึ่ง		
4. รูปแบบการลงทุนในสินทรัพย์ที่คุ้นเคยกันคือซื้อเพื่อเก็งกำไร		
5. รูปแบบการลงทุนในสินทรัพย์ที่คุ้นเคยกันคือซื้อเพื่อปล่อยเช่า		
6. ซื้อเพื่อปล่อยเช่าเป็นการลงทุนระยะยาวเพื่อเก็บเกี่ยวผลตอบแทนที่จะได้รับอย่างต่อเนื่องจากค่าเช่าเป็นงวดๆ		
7. การเก็งกำไร เป็นการลงทุนระยะสั้น ในกรณีนี้ผู้ลงทุนจะเข้าไปลงทุนอสังหาริมทรัพย์มีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น หรืออยู่ในทำเลที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาด โดยการคาดการณ์ว่าในอนาคตราคาอสังหาริมทรัพย์จะสูงขึ้น และก็ขายอสังหาริมทรัพย์ออกไปเพื่อเก็งกำไรจากส่วนต่างราคา		
8. อสังหาริมทรัพย์มีความสัมพันธ์กับสินทรัพย์ทางการเงินต่ำ ราคาของสินทรัพย์จึงไม่ได้เคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกันกับสินทรัพย์ทางการเงินอื่นๆ		
9. การลงทุนอสังหาริมทรัพย์เป็นการป้องกันความเสี่ยงค่าของเงินลงทุนจากอัตราเงินเฟ้อได้ดีระดับหนึ่ง		
10. การลงทุนอสังหาริมทรัพย์มักใช้เงินลงทุนสูง และมีภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา แต่มีสภาพคล่องในการซื้อขายต่ำ		
11. นักลงทุนสามารถลงทุนอสังหาริมทรัพย์ผ่าน กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (property fund) ที่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจัดตั้งขึ้น		

ส่วนที่ 4
ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อละ 1 ช่อง

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
สภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้					
1. โครงสร้างของบริษัท					
2. กลยุทธ์ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การสร้างเสร็จก่อนขาย การขายแบบ One Stop Service การใช้ Social Media เป็นต้น					
3. ทักษะ ความรู้ และความสามารถ ของพนักงาน					
สภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้					
4.สภาวะทางด้านเศรษฐกิจ					
5.การเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี					
6.สภาวะทางด้านการเมืองและกฎหมาย					
7.สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม					
8.สภาวะด้านภัยธรรมชาติ					

ส่วนที่ 5

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (RUBIX Model)

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อละ 1 ช่อง

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (RUBIX Model)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ทำเลและที่ตั้ง					
1. ทำเลและที่ตั้งคอนโดมิเนียมอยู่ในแนวรถไฟฟ้า หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน					
2. คอนโดมิเนียมอยู่ใจกลางเมือง					
3. การคมนาคมสะดวกสบาย เดินทางได้หลากหลายช่องทาง					
4. คอนโดมิเนียมอยู่ติดมหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล					
5. พื้นที่รอบๆ คอนโดมิเนียมมีโอกาสการพัฒนาที่ดินได้ในอนาคต					
โครงการคอนโดมิเนียม					
6. มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้					
7. การออกแบบคอนโดมิเนียมมีความทันสมัย					
8. นิติบุคคลในการดูแลโครงการ					
9. วัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้างแข็งแรงคงทนต่อสภาวะแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ					
ภาพลักษณ์ของบริษัท					
10. เป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี					
11. ประสิทธิภาพ ความชำนาญ และชื่อเสียงของบริษัท					
12. มีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การดูแลชุมชนรอบๆ คอนโดมิเนียม					
การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า					
13. การรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเป็นอย่างดี					
14. การรู้วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการซื้อ-เช่าคอนโดของลูกค้า					
15. การรู้ฐานะทางการเงินและแหล่งที่มาของรายได้ ของลูกค้า					

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (RUBIX Model)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
สภาพแวดล้อม					
16.การออกแบบทัศนียภาพภายในโครงการ เช่น การออกแบบโครงการคอนโดมิเนียมให้รายล้อมไปด้วยต้นไม้พันธุ์นานาชนิด					
17.สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ เช่นคอนโดมิเนียมอยู่ติดริมแม่น้ำสวนสาธารณะ อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เป็นต้น					
18.มีการจัดการสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในให้มีความสะอาดเสริมสร้างสุขลักษณะที่ดีทั้งภายในคอนโดและชุมชนโดย					
พันธมิตรทางธุรกิจ					
19.มีการจัดหาธนาคาร ซึ่งเป็นที่ปรึกษา และแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ					
20.มีบริษัทพันธมิตร เพื่ออาศัยจุดแข็งของแต่ละบริษัทในการเกื้อกูลกันทางธุรกิจ					
21.มีนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อสร้างการระดมทุน ให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และมีทุนจดทะเบียนสูง เพื่อช่วยให้โครงการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น					
คุณลักษณะโครงการ					
22.การออกแบบห้อง มีความสวยงามทันสมัย					
23.คุณสมบัติประโยชน์ด้านการใช้งาน ลักษณะของคอนโดมิเนียมเหมาะสม และเอื้อประโยชน์กับการใช้งาน เช่น ขนาดห้องมีความเหมาะสมกับการอยู่ เป็นครอบครัว					
24.การออกแบบรูปแบบอาคารมีความทันสมัยและเป็นมาตรฐานสากล					
วิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้า					
25.สร้างความเข้าใจ ในวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้า					
26.จับกลุ่มลูกค้า ให้ตรงกับรูปแบบคอนโดมิเนียม					
27.สร้างอารมณ์ร่วม ให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณคอนโดมิเนียมนี้ตรงกับวิถีดำเนินชีวิตของตน					

ปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการ (RUBIX Model)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ					
28.การโฆษณา					
29.การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์					
30.การตลาดทางตรง					
31.การขายโดยใช้พนักงาน					
32.การส่งเสริมการขาย					
33.การตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์					
34.การตลาดโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์					
สิ่งอำนวยความสะดวก					
35.ระบบรักษาความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ ร.ป.ภ.อย่างเพียงพอ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งระบบรักษาความปลอดภัยต้องเข้มงวด โดยเฉพาะกับคนภายนอก					
36.ระบบการจัดการกำจัดขยะ โดยมีการดูแลอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกัน กลิ่นเหม็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อโครงการต่อผู้อยู่อาศัย					
37.ที่จอดรถ โดยต้องมีจำนวนที่จอดรถที่เหมาะสมกับจำนวนยูนิตของ โครงการ และมีระบบการบริหารจัดการที่จอดรถที่เหมาะสม					
38.ระบบ Key Card ที่ช่วยอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยแก่ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม					
39.ร้านค้าที่ให้บริการภายในคอนโดมิเนียมมีหลายรูปแบบ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านให้บริการทางไปรษณีย์ และร้านเสริมสวย เป็นต้น					
40.บริการส่วนกลางอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สนามหญ้าส่วนกลาง ห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ความเร็วสูง เป็นต้น Wi-Fi ความเร็วสูง เป็นต้น					

ส่วนที่ 6

ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อละ 1 ช่อง

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ผู้บริโภคประเภทยึดถือหลักการ					
1.ท่านเป็นผู้ที่ยึดถือปฏิบัติตามหลักกฎหมาย					
2.ท่านมักจะซื้อสินค้าตามที่ตนคิดของตนเองเป็นสำคัญ					
3.ท่านมักเชื่อในสิ่งที่ปฏิบัติตามกันมาจากพ่อแม่					
ผู้บริโภคประเภทยึดถือสถานภาพ					
4.ท่านมักจะซื้อสินค้าตามที่ผู้อื่นแนะนำ					
5.ท่านมักจะกระทำตัวให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้อื่น					
6.ท่านมักจะยึดถือการกระทำและความเห็นจากผู้อื่น					
ผู้บริโภคประเภทยึดถือการกระทำ					
7.ท่านชอบที่จะทำกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม					
8.ท่านชอบที่มองหาประสบการณ์ใหม่					
9.ท่านชอบสินค้าที่มีความหลากหลายและเกิดความแปลกภัย					
กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต					
10.ท่านมักเลือกสินค้าที่มีลักษณะการใช้งานที่ยั่งยืน					
11.ท่านต้องการสินค้าใหม่ที่แตกต่างไปจากสินค้าที่มีอยู่ในตลาดในปัจจุบัน					
12.ท่านเลือกที่จะทดลองใช้สินค้าที่ออกมาใหม่และยังไม่เคยใช้					

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์					
13.ท่านสนใจศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์					
14.ท่านสนใจเรียนรู้ทุกเรื่องแม้เป็นเรื่องเล็กน้อย					
15.ก่อนที่ท่านจะเลือกซื้อท่านจะค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดผลิตภัณฑ์นั้นก่อนทุกครั้ง					
กลุ่มผู้นุรักษ์นิยม					
16.ท่านเชื่อว่าการทำความดีจะทำให้เราได้ขึ้นสวรรค์					
17.รายการทีวีในปัจจุบันสื่อไปทางเรื่องเพศมากเกินไป					
18.รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการสวดมนต์ในโรงเรียน					
กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ					
19.ท่านต้องการรับหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในกลุ่ม					
20.ท่านเป็นผู้มีความรู้และปัญญาเป็นเลิศ					
21.ท่านแสดงความสามารถให้บุคคลอื่นเห็นเป็นประจำ					
กลุ่มผู้มุ่งมั่นพยายาม					
22.ท่านคอยติดตามโครงการคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ๆ อยู่เสมอ					
23.ท่านต้องการให้บุคคลอื่นมองท่านว่าเป็นคนทันสมัยอยู่เสมอ					
24.ท่านมีของใช้รุ่นใหม่ก่อนเพื่อนเสมอ					
กลุ่มผู้แสวงประสบการณ์ใหม่					
25.ท่านมองหาคอนโดมิเนียมที่มีรูปทรงแปลกใหม่อยู่เสมอ					
26.ท่านต้องการใช้เวลาอยู่ต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งปี					
27.ท่านใช้เงินส่วนใหญ่ไปกับแฟชั่น ความบันเทิงและสังคม					
กลุ่มนักปฏิบัติ					
28.ท่านนิยมเข้าร้านขายของ อาทิ ร้านตกแต่งบ้าน ร้านตกแต่งคอนโด					
29.ท่านสนใจทำงานกับความคิดและการออกแบบแฟชั่นต่างๆ					
30.ท่านต้องการคอนโดมิเนียมแบบเรียบง่ายดูดี					

ส่วนที่ 7

ข้อมูลการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริง

การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากทำเลที่ตั้ง					
2. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากภาพลักษณ์ของผู้พัฒนาโครงการนั้นๆ					
3. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากราคาของโครงการนั้นๆ					
4. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากสิ่งอำนวยความสะดวก					
5. ท่านตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยดูจากความพึงพอใจของท่านเอง					

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล	อาจารย์ประจำวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นายศิริพงษ์ นารีนวงษ์
วันเดือนปีเกิด	11 พฤษภาคม 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดนครสวรรค์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	889/6-7 หมู่ 2 ซอยวัดอโศการาม ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2550	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ
พ.ศ. 2556	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ จาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2559	ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ