

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทอง  
หล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการเหล่า ทองหล่อ 13 โครงการปัท  
นิค สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26



นายวิศิษฐ์พงศ์ พัดตานนท์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเอกพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DECISION PROCESS FOR PURCHASING SUPER LUXURY CONDOMINIUMS IN PHROMPHONG  
AND THONGLOR AREAS, BANGKOK: CASE STUDIES OF TELA THONGLOR 13, BEATNIQ  
SUKHUMVIT 32 AND KRAAM SUKHUMVIT 26

Mr. Visitpong Payattanon



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Housing Development Program in Housing and Real Estate

Development

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2016

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ ชวรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการเกล้า ทองหล่อ 13 โครงการบีทนิค สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26
โดย	นายวิศิษฐ์พงศ์ พัดตานนท์
สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปวาทอง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	อาจารย์ ดร.ปรีชญา สิริพันธ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจฤดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร.เสรีชัย โชติพานิช)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปวาทอง)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(อาจารย์ ดร.ปรีชญา สิริพันธ์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณทิพย์ พานิชภาคี)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(อาจารย์ ดร.บุญยั้ง คงอาษาภัทร)

วิศิษฐ์พงศ์ พัดตานนท์ : กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิตรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการเทล่า ทองหล่อ 13 โครงการบิทีนิก สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26 (DECISION PROCESS FOR PURCHASING SUPER LUXURY CONDOMINIUMS IN PHROMPHONG AND THONGLOR AREAS, BANGKOK: CASE STUDIES OF TELA THONGLOR 13, BEATNIQ SUKHUMVIT 32 AND KRAAM SUKHUMVIT 26) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.บุษรา โปหาทอง, อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม: อ. ดร.ปรีชญา สิทธิพันธุ์, 238 หน้า.

คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิตรีเป็นคอนโดมิเนียมที่มีราคาสูงเฉลี่ย 280,000-500,000 บาทต่อตรม. ผู้ซื้อเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะและมีจำนวนน้อย แต่ผู้ประกอบการยังให้ความสนใจและผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ กระบวนการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถามของผู้ซื้อจำนวน 142 ตัวอย่าง แล้วจำแนกเป็น 3 กลุ่มคือ เพื่อยู่ออาศัย เพื่อการลงทุน และเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน โดยใช้หลักเกณฑ์สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จากนั้นสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างมาสัมภาษณ์จำนวน 36 ตัวอย่าง โดยใช้หลักเกณฑ์สุ่มตัวอย่างแบบง่าย

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิตรีทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษามีอายุช่วง 41 – 50 ปี (ร้อยละ 38.02) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 59.85) พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ชั้นใน ร้อยละ 45.78 อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 42.25) รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-300,000 บาท 2) ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน แต่ขั้นตอนที่สำคัญคือการแสวงรับข่าวสารของผู้ซื้อ ซึ่งเริ่มต้นจากการที่พนักงานขายส่วนใหญ่จะประชาสัมพันธ์โครงการโดยโทรศัพท์ไปแจ้งให้ทราบโดยตรง จากนั้นจะมีการนำข้อมูลไปเสนอถึงที่ บริการรับส่งดูห้องตัวอย่าง เป็นต้น 3) ในขั้นตอนตระหนักถึงความต้องการซื้อ ทั้งผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินต้องการความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนตระหนักถึงการที่คอนโดมิเนียมจะสามารถขายหรือเช่าได้รวดเร็วว่าการซื้อบ้านแนวราบ สำหรับขั้นตอนการประเมินทางเลือก ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มมีการเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่ก่อนการซื้อ ขณะที่ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและผู้ซื้อเพื่อการลงทุนมีการเปรียบเทียบกับโครงการอื่นนอกพื้นที่กรณีศึกษาด้วย ในขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินวางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิตรีอีก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนยังไม่มีแผนที่จะซื้ออีก 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. ด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งสามารถเข้าออกโครงการได้หลายทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณโดยรอบ และมีแนวโน้มราคาที่ดินจะสูงขึ้น 2. ด้านราคา 3. ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด โดยเฉพาะเรื่องยี่ห้อของวัสดุที่มีชื่อเสียงระดับโลกและความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นกระบวนการในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิตรี งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการต่อการทำความเข้าใจลักษณะการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าเพื่อนำไปสู่การพัฒนาโครงการอื่นอีกในอนาคต รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการขาย

ภาควิชา	เคหการ	ลายมือชื่อนิสิต	.....
สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก	.....
ปีการศึกษา	2559	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม	.....

# # 5873589525 : MAJOR HOUSING AND REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORDS: DECISION PROCESS TO PURCHASE / CONDOMINIUM / SUPER LUXURY / PHROMPHONG / THONGLOR

VISITPONG PAYATTANON: DECISION PROCESS FOR PURCHASING SUPER LUXURY CONDOMINIUMS IN PHROMPHONG AND THONGLOR AREAS, BANGKOK: CASE STUDIES OF TELA THONGLOR 13, BEATNIQ SUKHUMVIT 32 AND KRAAM SUKHUMVIT 26. ADVISOR: ASST. PROF. BUSSARA POVATONG, Ph.D., CO-ADVISOR: PREECHAYA SITTIPUNT, Ph.D., 238 pp.

A super luxury condominium is a condominium priced 280,000-500,000 baht per sqm. The buyers of super luxury condominiums are a very specific group but are a sought after target market for property developers, resulting in the continual production of new projects. This research focuses on the social and economic characteristics of this target group, their decision process, and factors that affect their purchasing decisions. Buyers' data were collected from 142 questionnaires and were classified into 3 groups, for residence, for investment and for asset, by stratified sampling. Then, 36 samples were selected for interviews by simple random sampling.

The results are 1) that the super luxury condominium respondents in all 3 case studies were aged 41-50 years old (38.02%), married (59.85%), stayed in Bangkok (45.78%), worked in private industry (42.25%), and had private income per month 200,001-300,000 Baht. 2) The decision process to purchase has 5 steps. The important step is seeking information, the majority of the salespeople will start to promote project by telephone. Then, taking project information out to the buyers themselves to present or delivering buyers to see the show unit. 3) Being aware of the demand step, residential buyers and propertied buyers is same, need a convenience and facilities, but investing buyers focus to profit from condominium. Evaluation the choices step, buyers compared with other projects in case study areas. Besides residential buyers and investing buyers compared with other projects outside case study areas. Behavior after purchase, residential buyers and propertied buyers is same that plan to buy more, but investing buyers still not plan to buy more. 4) The top three of the factors that affected the decision to buy were: 1. Location, various entrances to project, facilitated surroundings and the raising of land price, 2. Pricing and 3. Materials used in the interior construction of condominium, especially world brands and replacement parts were concerned.

This research examines the decision-making process of purchasers of super luxury condominiums. This research will be useful for entrepreneurs to better understand the nature of customer purchase decisions and guide future project development, including the development of marketing and sales strategies.

Department: Housing

Student's Signature .....

Field of Study: Housing and Real Estate  
Development

Advisor's Signature .....

Co-Advisor's Signature .....

Academic Year: 2016

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ศ.ดร.เสริชย์ โชติพานิช รศ.ดร.กฤษณพล ทิพย์ พานิชภักดิ์ ดร.บุญยั้ง คงอาชาภัทธร เป็นอย่างสูง ที่ให้ความกรุณาในการตรวจ ให้ความเห็น เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.บุษรา โปวาทอง และ ดร.ปรีชญา สิทธิพันธุ์ เป็นอย่างสูง หากไม่ได้อาจารย์ช่วยให้คำชี้แนะ กระตุ้น และให้กำลังใจ ในทุกขั้นตอน คงไม่มีกระทั่งจุดเริ่มต้นของ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ศ.ดร.เสริชย์ โชติพานิช หัวหน้าภาควิชาเคหการ คณาจารย์ประจำ ภาควิชา อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ให้ความรู้ แนวคิด ที่เป็นประโยชน์ในการทำงานครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณอรธิตา ประคุณหังสิต หัวหน้างาน ที่อนุญาตในการปรับเปลี่ยน เวลาทำงาน ให้มีเวลาว่างตรงกับแผนการเรียนในครั้งนี้ รวมถึงเพื่อนร่วมงานทุกคนที่ช่วยเหลือ ด้านการงาน ในบางเวลาที่เวลาทำงานกับเวลาเรียนไม่สามารถไปพร้อมกันได้

ขอขอบคุณครอบครัวที่สนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือในทุกด้าน และให้เวลาที่ผู้วิจัย สามารถมีเวลาใช้ในการเรียน และทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จได้

ขอขอบพระคุณผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวรี่โครงการกรณีศึกษาทุกท่าน เป็นอย่างสูง ที่สละเวลาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ หากไม่ได้รับความกรุณาในครั้งนี้ ไม่มีทางที่ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จได้

ขอขอบคุณ คุณสุกฤษฎี เลี้ยงสุขสันต์ ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการอาวุโส โครงการเหล่า ทอง หล่อ 13 คุณอภิรมย์ สภาอนุชาต ตำแหน่ง พนักงานขายอาวุโส โครงการบิณฑิก สุขุมวิท 32 คุณ บดินทร์ สันติธรรม ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายการตลาด โครงการคราม สุขุมวิท 26 ที่ให้โอกาสได้ไป สัมภาษณ์ เก็บข้อมูลที่จำเป็นสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ความผิดพลาดใดๆที่เกิดขึ้นในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	1
สารบัญรูปภาพ.....	1
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามในการวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย.....	7
1.4 นิยามศัพท์.....	7
1.5 ขอบเขตงานวิจัย.....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีรี่.....	9
2.1.1 นิยามคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีรี่.....	9
2.1.2 แนวคิดการแบ่งระดับของคอนโดมิเนียม.....	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	14
2.2.1 นิยามกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	14
2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	15
2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	16
2.2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังลูกค้าในความต้องการซื้อ.....	19

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สินค้าหรูหรา.....	21
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	29
3.2 พื้นที่ศึกษา/โครงการกรณีศึกษา.....	30
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	31
3.4 การรวบรวมข้อมูล.....	33
3.5 การออกแบบเครื่องมือในการวิจัย .....	35
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	36
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล.....	36
3.6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
3.7 อุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	37
บทที่ 4 ลักษณะโครงการกรณีศึกษาและลักษณะผู้ซื้อคอนโดมิเนียมโครงการกรณีศึกษา.....	38
4.1 ลักษณะโครงการกรณีศึกษา.....	38
4.2 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชาวรี.....	45
4.2.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง .....	45
4.2.2 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน .....	48
4.2.3 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน.....	51
บทที่ 5 กระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโครงการกรณีศึกษา.....	59
5.1 วิธีดำเนินงานขายของโครงการกรณีศึกษา.....	59
5.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา .....	61
5.2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง .....	61



5.2.2 กระบวนตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน .....	64
5.2.3 กระบวนตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน.....	66
5.3 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ.....	70
5.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี .....	72
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และเสนอแนะ.....	90
6.1 สรุปผลการศึกษา .....	90
6.1.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี .....	90
6.1.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี .....	90
6.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ .....	91
6.2 อภิปรายผล .....	92
6.3 ข้อค้นพบ .....	93
6.4 ข้อเสนอแนะ .....	93
6.4.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย .....	93
6.4.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	94
รายการอ้างอิง .....	95
ภาคผนวก.....	98
ข้อมูลพหุคูณจากแบบสอบถาม .....	99
แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง.....	101
บทสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการโครงการเตล่า ทองหล่อ 13 โครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26.....	108
บทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการเตล่า ทองหล่อ 13.....	131
บทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32 .....	160
บทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการคราม สุขุมวิท 26.....	189

สรุปบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง .....	218
สรุปบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน .....	221
สรุปบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน .....	224
ตารางประเภทที่พักอาศัยปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง .....	227
ตารางลักษณะการครอบครองที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง .....	229
ตารางอสังหาริมทรัพย์อื่นนอกเหนือจากที่พักอาศัยปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง .....	231
ตารางผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ .....	233
ตารางปัจจัยสำคัญที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อ 3 ลำดับแรก.....	235
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	238



## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ระดับและช่วงราคาของคอนโดมิเนียม.....	2
ตารางที่ 2	องค์ประกอบของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวรี.....	10
ตารางที่ 3	Segmentation ของคอนโดมิเนียม .....	11
ตารางที่ 4	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
ตารางที่ 5	โครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวรีพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ .....	28
ตารางที่ 6	การเลือกโครงการกรณีศึกษา .....	29
ตารางที่ 7	จำนวนประชากรในการวิจัย .....	30
ตารางที่ 8	จำนวนประชากรในการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์การซื้อ.....	30
ตารางที่ 9	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย .....	31
ตารางที่ 10	เครื่องมือในการวิจัย.....	33
ตารางที่ 11	ลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง .....	43
ตารางที่ 12	ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง .....	45
ตารางที่ 13	ลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน .....	46
ตารางที่ 14	ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน .....	47
ตารางที่ 15	ลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน .....	49
ตารางที่ 16	ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน.....	50
ตารางที่ 17	สรุปลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา .....	52
ตารางที่ 18	สรุปลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา .....	54
ตารางที่ 19	บทสัมภาษณ์วิธีดำเนินงานขายของโครงการกรณีศึกษา .....	57
ตารางที่ 20	วิเคราะห์วิธีดำเนินงานขายของโครงการกรณีศึกษา .....	58
ตารางที่ 21	สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง.....	59
ตารางที่ 22	สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน .....	62

ตารางที่ 23	สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน.....	64
ตารางที่ 24	สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อ .....	67
ตารางที่ 25	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ.....	69
ตารางที่ 26	ปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ 3 ลำดับแรก.....	70
ตารางที่ 27	วิเคราะห์ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งโครงการ.....	72
ตารางที่ 28	วิเคราะห์ความสำคัญด้านสถาปัตยกรรม/กายภาพ.....	74
ตารางที่ 29	วิเคราะห์ความสำคัญด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด.....	77
ตารางที่ 30	วิเคราะห์ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ.....	78
ตารางที่ 31	วิเคราะห์ความสำคัญด้านราคา/ระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์ .....	80
ตารางที่ 32	วิเคราะห์ความสำคัญโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย.....	82
ตารางที่ 33	วิเคราะห์ความสำคัญด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ .....	84
ตารางที่ 34	วิเคราะห์ความสำคัญด้านการต้อนรับ/ดูแลของพนักงานขาย .....	86

## สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่ 1 อุปทานสะสมของคอนโดมิเนียมระดับลักซ์ชวรีและซูเปอร์ลักซ์ชวรี .....	3
รูปภาพที่ 2 อุปสงค์ อุปทาน และอัตราขายสะสมของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี.....	4
รูปภาพที่ 3 ราคาขายโดยเฉลี่ยต่อตารางเมตรของคอนโดมิเนียมระดับลักซ์ชวรี .....	5
รูปภาพที่ 4 ศักยภาพของการจราจร สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร .....	6
รูปภาพที่ 5 ขอบเขตของการตัดสินใจซื้อในงานวิจัย .....	8
รูปภาพที่ 6 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix).....	15
รูปภาพที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	27
รูปภาพที่ 8 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบันนิยมซื้อคอนโดมิเนียมมากกว่าบ้าน<sup>1</sup> เนื่องจากคอนโดมิเนียมลงตัวกับสไตล์ชีวิตเมืองมากที่สุด ทั้งในเรื่องของพื้นที่ ความสะดวกสบาย และไลฟ์สไตล์ที่ดูทันสมัย ทำให้แนวโน้มของการอยู่อาศัยเปลี่ยนไป ผู้คนหันมาซื้อคอนโดมิเนียมมากขึ้น ปัจจุบันคนไทยเริ่มคุ้นเคยกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากขึ้น แม้กระทั่งในต่างจังหวัดหลายแห่ง ที่อยู่อาศัยประเภทนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากเช่นกัน ความที่คอนโดมิเนียมส่วนใหญ่มักสร้างในที่ชุมชน ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ มีความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่ทำให้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะอยู่ในคอนโด โดยเฉพาะในเมืองที่การจราจรติดขัด ต้องใช้เวลาในการเดินทางทำงานนานหลายชั่วโมง คอนโดมิเนียมจึงกลายเป็นทางเลือกที่ดีมาก เช่นในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานครที่ประชากรหนาแน่น คอนโดมิเนียมทั่วไปมักสร้างอยู่ในเมืองที่สามารถเดินทางได้สะดวกด้วยรถไฟฟ้า จะช่วยร่นเวลาในการเดินทางได้มาก ก็จะทำให้มีเวลาทำอย่างอื่นมากขึ้น เป็นแนวคิดที่ทำให้คนรุ่นใหม่จำนวนมากหันมาสนใจอยู่คอนโดมิเนียม จากปัญหาราคาที่ดินที่ปรับสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมมากขึ้นด้วย คอนโดมิเนียมที่อยู่ในเมืองจะมีราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับคอนโดมิเนียมชานเมืองด้วยเหตุดังกล่าว

คอนโดมิเนียมในตลาดมีหลากหลายประเภท หรือที่ภาษาไทยเรียกว่า ส่วนแบ่งทางตลาด (Segmentation) มีการแบ่งได้หลายแบบ หลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นแบ่งตาม Demographic หรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ การแบ่งตาม Geographic หรือพื้นที่อยู่อาศัย แบ่งตาม Socioeconomic หรือสถานะทางสังคม และการแบ่งตาม Psychographic หรือบุคลิกลักษณะ ไลฟ์สไตล์ของแต่ละคน (เกริก บุญโยธิน, 2556) แต่ส่วนใหญ่แล้วจะแบ่งด้วยราคา Pricing ราคาซื้อขายที่แตกต่างกันนี้เอง นำมากำหนดระดับของคอนโดมิเนียมได้ หรืออีกนัยหนึ่งคือแบ่งระดับคอนโดมิเนียมตามข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการซื้อ ราคาซื้อขายนั้นสามารถแสดงออกมาให้เห็นในรูปของตัวเลขที่เป็นรูปธรรมมากกว่า ทั่วไปจึงนิยมใช้ราคาซื้อขายต่อตารางเมตรในการแบ่งระดับของคอนโดมิเนียม ผู้วิจัยนำข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารการขายคอนโดมิเนียม ณ เดือนสิงหาคม ปี 2559 มาวิเคราะห์หาราคาซื้อขายต่อตารางเมตร ซึ่งราคาซื้อขายต่อตารางเมตรของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ตัวนี้จะอยู่ในช่วง 280,000 – 500,000 บาท

---

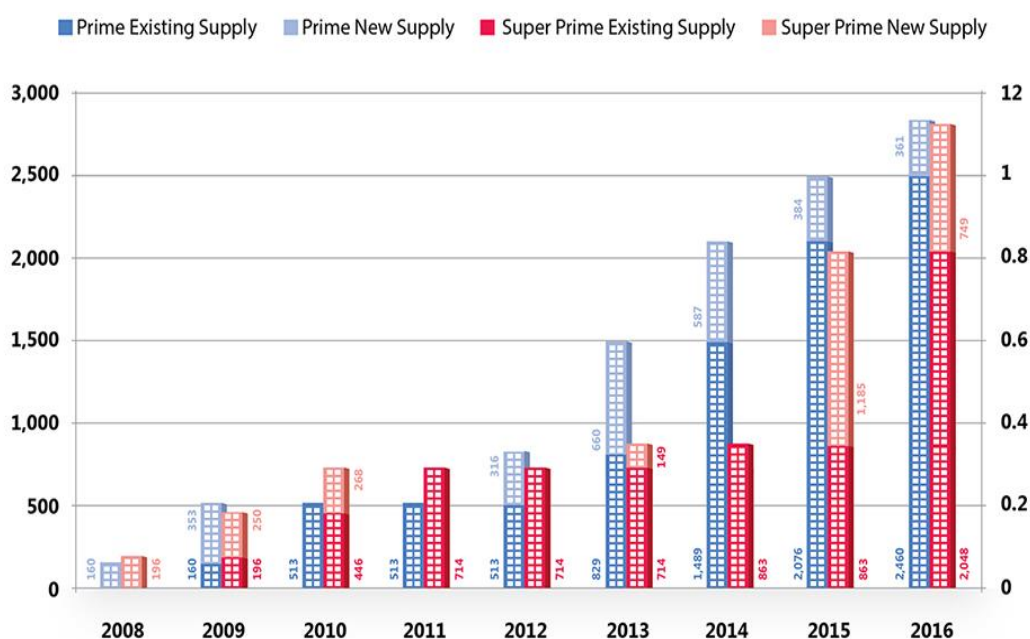
<sup>1</sup> Condo168.com. (2557). “พฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน นิยมซื้อคอนโดมากกว่าจะซื้อบ้าน.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.condo168.com>. สืบค้น 1 กันยายน 2559.

ตารางที่ 1 ระดับและช่วงราคาของคอนโดมิเนียม

ระดับคอนโดมิเนียม	ช่วงของราคา (บาทต่อตารางเมตร)		
	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2559
ULTIMATE	200,000-Unlimited	250,000-Unlimited	
SUPER LUXURY	160,000-200,000	200,000-250,000	280,000-500,000
LUXURY	130,000-160,000	160,000-200,000	240,000-280,000
HIGH CLASS	100,000-130,000	120,000-160,000	200,000-240,000
UPPER CLASS	80,000-100,000	90,000-120,000	160,000-200,000
MAIN CLASS	60,000-80,000	70,000-90,000	120,000-160,000
ECONOMY	45,000-60,000	50,000-70,000	80,000-120,000
ที่มา	(Thinkofliving.com, 2555)		ผู้วิจัยนำข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารการขายคอนโดมิเนียม ณ เดือนสิงหาคม ปี 2559 มาวิเคราะห์หาช่วงราคาซื้อขายต่อตารางเมตร

คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เป็นตลาดที่น่าจับตามอง (ริชชี สารีบุตร, 2558) เนื่องจากจะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นดีไซน์ทั้งภายนอกและภายในอาคาร บริการระดับพรีเมียม เน้นห้องชุดขนาดใหญ่ จึงทำให้แต่ละโครงการมีจำนวนยูนิตน้อย ทำให้ช่วยเร่งการตัดสินใจของผู้ซื้อ นอกจากนี้ผู้ที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมก็สามารถขายหรือปล่อยเช่าได้ง่ายกว่าอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เหตุผลเหล่านี้ดึงดูดทั้งผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยและผู้ซื้อลงทุนเก็งกำไรหรือปล่อยเช่า ปัจจัยหลักที่ทำให้ตลาดเติบโตเป็นเพราะราคาที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดโอกาสในการทำกำไรจากการขายหรือปล่อยเช่าคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่

แนวโน้มอุปทาน<sup>2</sup> แสดงให้เห็นว่า ในปีนี้มีโครงการคอนโดมิเนียม 4 แห่งในกรุงเทพมหานครถูกเพิ่มเข้ามาในรายการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ของไนท์แฟรงค์ ย่านสุขุมวิทมีส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่ที่สุดในแง่ของอุปทาน โดยมีจำนวน 749 หน่วยเพิ่มเข้ามาในตลาด 236 หน่วยอยู่ในตลาดซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ หน่วยเหล่านี้มาจากโครงการ Khun by Yoo ถนนสุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) และโครงการ Vittorio ถนนสุขุมวิท 39 (พร้อมพงษ์) ย่านลุมพินีมี 513 หน่วยเพิ่มเข้ามาในตลาด โครงการคอนโดมิเนียมซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ 2 แห่ง ได้แก่ โครงการ 98 Wireless ถนนวิฑู และโครงการ 28 Chidlom ถนนชิดลม



รูปภาพที่ 1 อุปทานสะสมของคอนโดมิเนียมระดับลักซ์ซัวร์และซูเปอร์ลักซ์ซัวร์

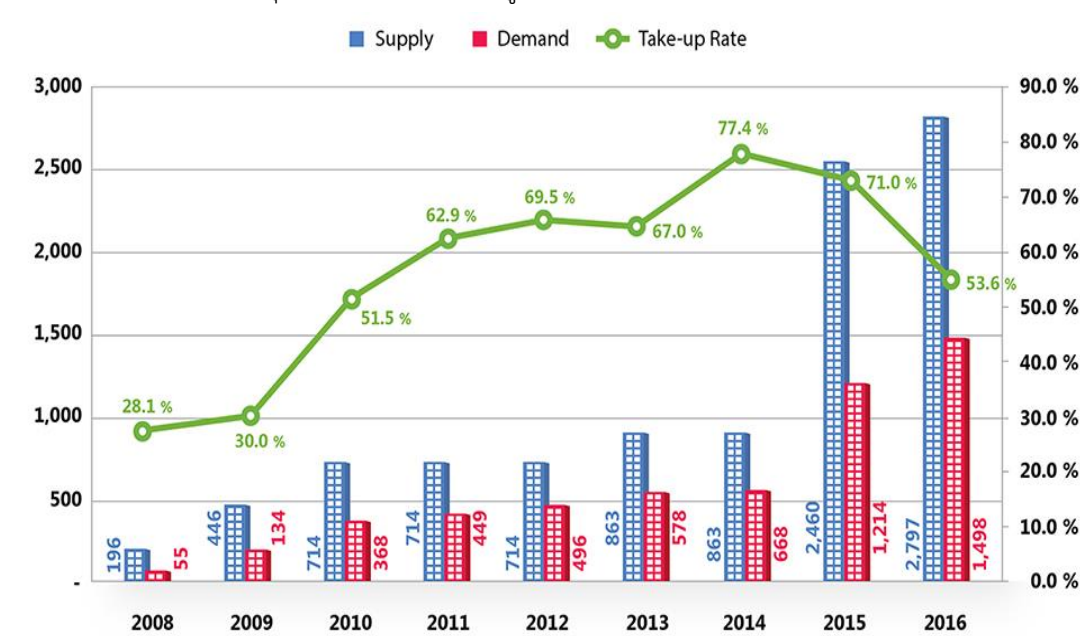
ที่มา: แผนกวิจัยบริษัทไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย). “แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ในกรุงเทพมหานครปี 2559” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://thailand-property-news.knightfrank.co.th> 2559. สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2560

จากแผนภูมิข้างบนพบว่า อัตราการเพิ่มขึ้นของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ปี ร้อยละ 2016 แต่ถ้าเทียบกับปีอื่นที่ผ่านมา อย่าง 31.09 น้อยกว่าอยู่ที่ร้อยละ 57.86 ร้อยละ 2015 เมื่อเทียบกับปี 26.77 มีอัตราการ 2016 ที่แทบจะไม่มีการพัฒนาของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์เลย นับว่าปี 2014-2011 ปี ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังคงพัฒนาคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ เพิ่มขึ้นอยู่ในเกณฑ์ดี

<sup>2</sup> แผนกวิจัยบริษัทไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ ประเทศไทย. (2559). “แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ในกรุงเทพฯปี 2559”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://thailand-property-news.knightfrank.co.th>. สืบค้น 1 กุมภาพันธ์, 2560.



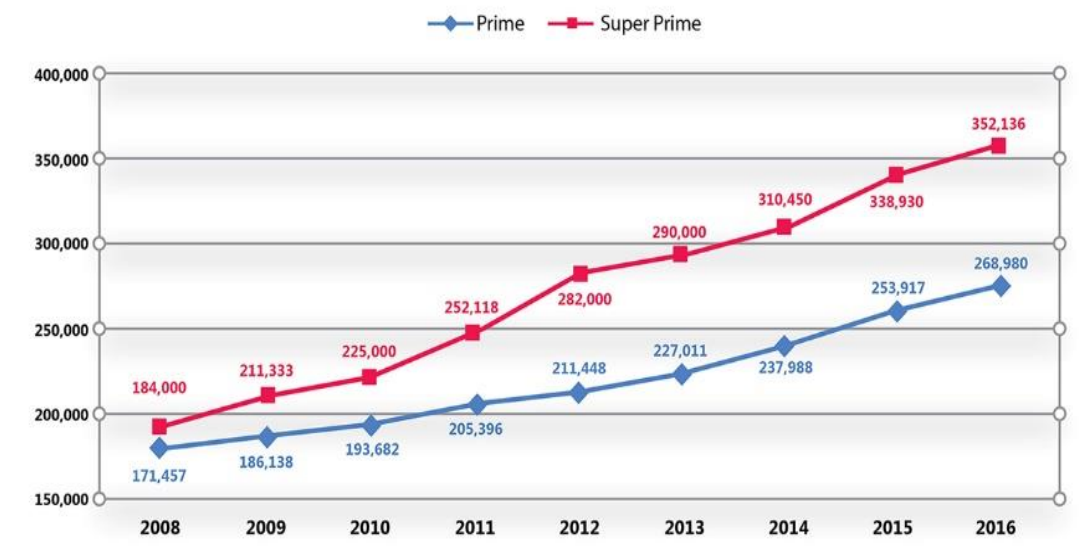
อย่างต่อเนื่อง แนวโน้มอุปสงค์ คอนโดมิเนียมระดับลักซ์ชูเปอร์ลักซ์ชัวร์ยังคงเป็นภาคที่แข็งแกร่งมากที่สุดในตลาดอสังหาฯในประเทศไทย ด้วยปริมาณความต้องการและการเติบโตด้านราคาที่แข็งแกร่งเมื่อเทียบกับภาพรวมตลาดอื่นในกรุงเทพมหานครและภูเก็ต ถึงแม้ยอดขายสะสมจะลดลงในปี 2015-2016



รูปภาพที่ 2 อุปสงค์ อุปทาน และอัตราขายสะสมของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์  
ที่มา: แผนกวิจัยบริษัทไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย). “แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ในกรุงเทพมหานครปี 2559” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://thailand-property-news.knightfrank.co.th> 2559. สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2560

จากแผนภูมิข้างบนพบว่า อุปสงค์และอุปทานของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเริ่มตั้งแต่ปี 2008 จนถึงปี 2016 อุปทานปี 2016 มีจำนวนหน่วยเปิดขาย 2,797 หน่วย เทียบกับปี 2015 มีหน่วยเปิดขาย 2,460 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.05 ส่วนอุปสงค์ปี 2016 มีจำนวนหน่วยขายออก 1,498 หน่วย เทียบกับปี 2015 มีหน่วยขายออก 1,214 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.96 ดังนั้นถึงแม้คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและราคาสูง แต่กลุ่มลูกค้ายังคงซื้ออย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มด้านราคาในปี 2559 การเติบโตอย่างช้าๆของราคาขายโดยเฉลี่ยต่อตารางเมตรในตลาดซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ คอนโดมิเนียมซูเปอร์ลักซ์ชัวร์เห็นการเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 3.90 ราคาขายโดยเฉลี่ยต่อหน่วยในปัจจุบันของคอนโดมิเนียมซูเปอร์ลักซ์ชัวร์อยู่ที่ประมาณ 352,136 บาท/ตร.ม. แม้การเติบโตแบบปีต่อปีได้ชะลอตัวลง แต่คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ยังคงเติบโตได้ดีกว่าระดับราคาตลาดของคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครโดยรวม



รูปภาพที่ 3 ราคาขายโดยเฉลี่ยต่อตารางเมตรของคอนโดมิเนียมระดับลักซ์ซัวร์ และซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ในกรุงเทพมหานคร

ที่มา: แผนกวิจัยบริษัทไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย). “แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ในกรุงเทพมหานครปี 2559” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://thailand-property-news.knightfrank.co.th> 2559. สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2560

จากแผนภูมิข้างบนพบว่า ปี 2016 ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรของคอนโดมิเนียมระดับลักซ์ซัวร์และซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ในกรุงเทพมหานครมีอัตราเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2008 ร้อยละ 47.74 และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลราคาปี 2559 ยังพบว่าพื้นที่ย่านลุมพินีมีการเติบโตด้านราคาสูงสุดปีต่อปี อยู่ที่ร้อยละ 9.89 จากการเปิดตัวของโครงการ 28 Chidlom และโครงการ 98 Wireless หลังทำลายสถิติราคาขายสูงสุดในกรุงเทพมหานครที่ 750,000 บาท/ตร.ม. ตามมาด้วยย่านสุขุมวิทที่เห็นการเติบโตด้านราคาปีต่อปี อยู่ที่ร้อยละ 8.10 สำหรับพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำและย่านสาทรมีการเติบโตด้านราคาปีต่อปี อยู่ที่ร้อยละ 3.14 และร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า โครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์เป็นโครงการที่สามารถสร้างมาตรฐานด้านราคาใหม่ได้ โดยอาศัยปัจจัยหลายอย่าง ทั้งวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้มีความล้ำหน้ามากกว่าอาคารรุ่นเก่า ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มผู้มีรายได้สูง เป็นกลุ่มเฉพาะและมีจำนวนน้อย ไม่ว่าจะเป็นความเข้าใจความต้องการรูปแบบสถาปัตยกรรมและการออกแบบภายใน ความต้องการขนาดห้องชุด การจัดวางพื้นที่ห้องและประโยชน์การใช้สอย การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์คุณภาพสูง และการใส่ใจในรายละเอียด รวมทั้งจุดขายในด้านอื่น เช่น การบริหารอาคารโดยเครือโรงแรมระดับสากล เป็นต้น

กลุ่มผู้ที่ซื้อเป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถในการซื้อสูงและมีจำนวนน้อยและการเข้าถึงข้อมูลค่อนข้างยากและถูกจำกัด ผู้วิจัยจึงพบโอกาสที่จะทำการศึกษาและขยายผลคนกลุ่มนี้ รวมทั้งศึกษา

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ ผู้วิจัยเลือกกรณีศึกษาในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร เพราะว่าพื้นที่ดังกล่าวมีอุปทานและอุปสงค์ของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์มีอย่างมีนัยสำคัญ<sup>3</sup> ปี 2559 ย่านสุขุมวิทมีอุปสงค์ต่ออุปทาน คิดเป็นร้อยละ 61.30 เมื่อเทียบกับย่านลุมพินีที่มีอุปสงค์ต่ออุปทาน คิดเป็นร้อยละเพียง 30.21 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 31.09 และมากกว่าย่านอื่นเช่นกัน งานวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและบริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ให้เข้าใจถึงกลุ่มผู้ซื้อ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้า และเพื่อนำไปออกแบบพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการได้อย่างสัมฤทธิ์ผล



รูปภาพที่ 4 ศักยภาพของการจราจร สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร  
ที่มาการสำรวจของผู้วิจัย :

## 1.2 คำถามในการวิจัย

1. ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์บริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร คือกลุ่มใด มีลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างไร
2. กลุ่มผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์บริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร มีกระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างไร

<sup>3</sup> แผนวิจัยบริษัทไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ ประเทศไทย. (2559). “แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ในกรุงเทพฯปี 2559”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://thailand-property-news.knightfrank.co.th>. สืบค้น 1 กุมภาพันธ์, 2560.

3. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ของผู้ซื้อดังกล่าว

### 1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร

### 1.4 นิยามศัพท์

1. **คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี** หมายถึง อาคารชุดประเภทหนึ่ง ที่กำหนดราคาขายเบื้องต้น ตั้งแต่ 280,000–500,000 บาทต่อตารางเมตร
2. **สัญญาจะซื้อจะขายห้องชุด** หมายถึง สัญญาซื้อขายห้องชุด กำหนดว่าจะไปโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดกันในภายหลังจากวันที่ทำสัญญา โดยวิทยานิพนธ์เล่มนี้กำหนดให้สัญญาเป็นหนังสือที่ลงลายมือชื่ออย่างเดียว
3. **ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง** หมายถึง ซื้อเพื่อต้องการเข้าพักอาศัย
4. **ซื้อเพื่อการลงทุน** หมายถึง ซื้อเพื่อลงทุน ทั้งลงทุนระยะสั้น (ขายต่อ) และลงทุนระยะยาว (ปล่อยเช่า)
5. **ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน** หมายถึง ซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สินของตัวเอง

### 1.5 ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา : เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ตลอดจนวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ
2. การเลือกโครงการวิจัย : งานวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่วิจัยบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร โดยใช้เกณฑ์การเลือกโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี ดังนี้
  1. ช่วงเวลาเปิดตัวของโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีอยู่ในปี พ.ศ. 2558 – 2559

2. ราคาซื้อขายเปิดตัวเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 280,000 – 500,000 บาทต่อตารางเมตร
3. โครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์รี่อยู่ในช่วงกำลังดำเนินการก่อสร้าง
4. ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูล เพื่อการสัมภาษณ์ผู้ซื้อได้

3. กลุ่มตัวอย่าง : งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์รี่บริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ที่มีการลงลายมือชื่อในสัญญาจะซื้อจะขายเรียบร้อยแล้ว และผู้ซื้อกำลังผ่อนดาวน์ ดังนี้



รูปภาพที่ 5 ขอบเขตของการตัดสินใจซื้อในงานวิจัย  
ที่มา: การกำหนดของผู้วิจัย

4. ขอบเขตระยะเวลา : ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลของการศึกษาวิจัยอยู่ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2560

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์รี่บริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ในการนำข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้ซื้อ ไปวางแผนพัฒนาโครงการในอนาคต
2. เพื่อประโยชน์ต่อที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ ในการทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดและการขายของกลุ่มคนที่มีรายได้สูง สำหรับโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์รี่ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ถูกจำกัดด้วยการเข้าถึงที่ยาก
3. เพื่อประโยชน์ในงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการซื้อที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมที่มีลักษณะเฉพาะ และเข้าถึงข้อมูลได้ค่อนข้างยาก

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการเหล่า ทองหล่อ 13 โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32 และโครงการคราม สุขุมวิท 26 ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประกอบการวิจัย สามารถแบ่งได้ 4 ส่วนดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
- 2.3 แนวคิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรูหรา
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์

##### 2.1.1 นิยามคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์

นิยามของความ luxury ในคอนโดมิเนียม (ขจิต ล้วนพิชญ์พงศ์, 2558) คอนโดมิเนียมเข้ามาสู่ยุคที่ไม่ใช่แค่ที่พักอาศัย เพื่อความสะดวกสบาย ประหยัดเวลาการเดินทาง เป็นบ้านหลังที่สองซื้อไว้เปลี่ยนบรรยากาศ ซื้อไว้ลงทุนแบบเหตุผลเดิม แต่ผู้ประกอบการบางรายใส่คำว่า “หรู” แล้วนำมาโฆษณาในโบรชัวร์ หากแต่คอนโดมิเนียมดังกล่าวต้องมียอดจองที่มากกว่าแคมเปญระดับโลก ถึงได้มีมูลค่าสูงเริ่มตั้งแต่ 250,000 บาทต่อตารางเมตร ถึง 500,000 บาทต่อตารางเมตร

ลักษณะที่สำคัญของความเป็นลักซ์ซัวร์ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่

1. Luxury in Location ทำเลที่เป็นที่ที่สุด ทำเลที่ Luxury คือทำเลที่สามารถเปิดโรงแรม ดาว 6 หลังสวนใจกลางเพลิน ได้แล้วมั่นใจว่ามีคนพัก ตัวอย่างเช่น ราชดำริจิต City ใจกลาง The Emdistrict ริมน้ำเจ้าพระยาในช่วงสะพานสาทร ริมหาดหัวหินช่วงโรงแรม Intercon และอื่นๆ
2. Luxury in Concept โครงการระดับ Luxury ต้องมีการวาง Concept ให้เป็นที่อยู่อาศัยเพื่อความหรูหราอย่างแท้จริง ยูนิตต้องน้อย ส่วนกลางต้องเกินพอ Landscape สวยและใหญ่
3. Luxury in Spec แปลตรงตัว คือสเปคห้องระดับพรีเมียม แอร์ฝังฝ้าทุกจุด พื้นไม้จริงหรือเอนจิเนียรอย่างดี กระเบื้องหรือปูหินแบบเกรดบน ชุดครัวสุขภัณฑ์แบรนด์เนม บิลด์อินเครื่องใช้ไฟฟ้า กระจกฉนวน ชั้นมากมาย 2
4. Luxury in Design การออกแบบคอนโดที่เป็นที่ที่สุด การออกแบบที่เป็นสถาปัตยกรรม การออกแบบที่เป็นงานศิลป์เหมือนงานประติมากรรม มิใช่เพียงภาพรวม Exterior แต่ยังหมายถึง

การออกแบบภายในที่มีรสนิยม (มาตรฐานสากล) อย่างเช่นห้องพักผ่อน กระจกโค้ง ผนังกระจก (Curtain Wall) ห้องเล่นระดับ  
จากข้อมูลข้างต้น คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีทมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้  
ตารางที่ 2 องค์ประกอบของคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีท

องค์ประกอบ	รายละเอียด
สถาปัตยกรรม/ การออกแบบ	- หน้าต่างกระจกบานใหญ่สูงจากพื้นถึงฝ้า - ระเบียงขนาดใหญ่พิเศษ และไม่วาง Compressor ไว้ที่ระเบียง - แอร์แบบฝังใต้ฝ้า ระบบ VRV/VRF
ขนาดห้องชุด	- 1 ห้องนอน เฉลี่ยที่ 58 ตารางเมตร - 2 ห้องนอน เฉลี่ยที่ 100 ตารางเมตร - 3 ห้องนอน เฉลี่ยที่ 180 ตารางเมตร - Penthouse เฉลี่ยที่ 280 ตารางเมตร
สิ่งอำนวยความสะดวก พิเศษ	- Automatic car parking หรือ ระบุที่จอดรถให้ - Golf Simulator, Private spa/salon, Yoga room, Private training room, Cigar & wine bar, Sky Lounge, Club House etc.
วัสดุที่ใช้ ก่อสร้าง	- Floor: Engineering wood, composited quartz - Kitchen: Poggenphol, Binova, Siemens, Gaggenau - Bathroom: Toto, Kohler, Hansgrohe, Duravit

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการขายโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีท พื้นที่  
พร้อมพงษ์และทองหล่อ ณ เดือนสิงหาคม 2559

### 2.1.2 แนวคิดการแบ่งระดับของคอนโดมิเนียม

Segmentation หรือที่ภาษาไทยเรียกว่า ส่วนแบ่งทางตลาด (เกริก บุญโยธิน, 2556) มีการแบ่งได้หลายแบบ หลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นแบ่งตาม Demographic หรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ การแบ่งตาม Geographic หรือพื้นที่อยู่อาศัย แบ่งตาม Socioeconomic หรือสถานะทางสังคม และการแบ่งตาม Psychographic หรือบุคลิกลักษณะไลฟ์สไตล์ของแต่ละ ยกตัวอย่าง แบรินด์ Ideo ต้องอยู่ในระยะไม่เกิน 350 เมตรจากรถไฟฟ้า ส่วนแบรินด์ Elio ต้องอยู่ในระยะ 650 เมตรจากรถไฟฟ้า เป็นต้น จากนั้นผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญของการจัดทำ Brand Portfolio ว่าควรมีการจัดเรียงของแบรินด์อย่างไร และอัตลักษณ์ของแต่ละแบรินด์ควรจะเป็นอย่างไร ควรใช้แบรินด์เดี่ยวหรือแยกแบรินด์ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะ

แบ่งด้วยราคา Pricing ราคาซื้อขายที่แตกต่างกัน นำมากำหนดระดับของคอนโดมิเนียม ราคาซื้อขายนั้นสามารถแสดงออกมาให้เห็นในรูปของตัวเลขที่เป็นรูปธรรมมากกว่า ทัวไปจึงนิยมใช้ราคาซื้อขายต่อตารางเมตรในการแบ่งระดับของคอนโดมิเนียม

จากข้อมูลดังกล่าว สิ่งที่ใช้แบ่งระดับคอนโดมิเนียมมากที่สุดคือ ราคาซื้อขายต่อตารางเมตร ดังนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารการขายคอนโดมิเนียม ณ เดือนสิงหาคม ปี 2559 มาวิเคราะห์หาช่วงราคาซื้อขายต่อตารางเมตรและสรุปเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 3 Segmentation ของคอนโดมิเนียม

ระดับ คอนโดมิ เนียม	ข้อมูลด้านราคา			
	ช่วงของราคา (บาท/ตรม.)	ราคา เฉลี่ย โดย รวม (บาท / ตรม.)	ราคา เฉลี่ย (บาท/ ตรม.)	ช่วงของราคา (บาท/ตรม.)
SUPER LUXURY	200,000– 250,000	352,1 36 (Super Prime)	The XXXIX by Sansiri : 290,000 Marque SKV 39 : 340,000 98 Wireless : 480,000	280,000-500,000
LUXURY	160,000– 200,000	268,9 80 (Prime)	Laviq SKV 57 : 250,000 The	240,000-280,000



ระดับ คอนโดมิเนียม	ข้อมูลด้านราคา			
	ช่วงของราคา (บาท/ตรม.)	ราคาเฉลี่ย โดยรวม (บาท / ตรม.)	ราคาเฉลี่ย (บาท/ ตรม.)	ช่วงของราคา (บาท/ตรม.)
			ESSE Asoke : 255,000	
HIGH CLASS	120,000– 160,000	-	Munig SKV 23 : 230,000 Noble BE33 : 220,000	200,000-240,000
UPPER CLASS	90,000– 120,000	-	The Line Asoke- Ratchad a : 180,000 Q Asoke : 170,000	160,000-200,000
MAIN CLASS	70,000–90,000	-	The Room SKV 69 : 160,000 Rhythm SKV 36- 38 :	120,000-160,000

ระดับ คอนโดมิเนียม	ข้อมูลด้านราคา			
	ช่วงของราคา (บาท/ตรม.)	ราคาเฉลี่ย โดยรวม (บาท / ตรม.)	ราคาเฉลี่ย (บาท/ ตรม.)	ช่วงของราคา (บาท/ตรม.)
			170,000	
ECONOMY	50,000-70,000	-	Life SKV 48 : 100,000	80,000-120,000
ที่มา	(Thinkofliving.com, 2555)	แผนกวิจัยบริษัทไนท์แฟรงค์ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) 2555)9 (	ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการขายโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์วีวีเอ็น เดือนสิงหาคม 2559	ผู้วิจัยนำข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารการขายคอนโดมิเนียม ณ เดือนสิงหาคม ปี 2559 มาวิเคราะห์หาช่วงราคาซื้อขายต่อตารางเมตร

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

### 2.2.1 นิยามกระบวนการตัดสินใจซื้อ

(Schiffman & Kanuk, 1994) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าจากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งทางด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าจากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้ซื้อจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ด้านจิตใจและพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทางด้านจิตใจและทางกายภาพ ที่เกิดขึ้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีขั้นตอนที่สำคัญ คือ การรับรู้และการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

(ชาลิต ประภวานนท์, 2539) ความหมายของการตัดสินใจของผู้ซื้อ คือ ซื้อหรือปฏิเสธสินค้าเป็นช่วงข้อเท็จจริงข้อสุดท้ายสำหรับนักการตลาดซึ่งชี้ให้เห็นความสำคัญว่า กลยุทธ์การตลาดที่ฉลาด มองการณ์ไกล และมีประสิทธิผลหรือชี้ว่าการวางแผนที่เลวและผิดพลาดอย่างไร ดังนั้น นักการตลาดสนใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจมากกว่าหนึ่งทางเลือกขึ้นไป การตัดสินใจที่จะไม่ซื้อก็เป็นอีกทางเลือกเช่นกัน

(ดร.เสรี วงษ์มณฑา, 2542) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะต้องคิดกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอน ดังนี้ การมองเห็นปัญหา การแสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

(ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2545) การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากหลายทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งผู้ซื้อจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัด ซึ่งถ้านักการตลาดสามารถทำความเข้าใจ เข้าถึงจิตใจของผู้ซื้อ การกระจายสินค้า และการสร้างความยอมรับของผู้ซื้อ ก็จะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ คือ ขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าจากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้ซื้อจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ การซื้อเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง ผู้ซื้อจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นตามข้อมูลและข้อจำกัด

## 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

(อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ การซื้อสินค้านั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนหลายขั้นตอน ผู้ซื้อจะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ อันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนเหล่านี้มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน กระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนที่ซื้อจริงจะเกิดขึ้นนานทีเดียว และเกิดติดต่อกันไปอีกนาน ผู้ซื้ออาจจะดำเนินกิจกรรมทั้ง 5 ขั้นตอน ถ้าเป็นเช่นนั้นเราเรียกการดำเนินกิจกรรมนี้ว่า “ทুমเท ความพยายามสูง” แต่ว่าในการซื้อแบบเป็น “กิจวัตร” ผู้บริโภคมักข้ามบางขั้นตอน หรือไม่ก็กลับขั้นตอน เช่น ไม่หาข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก ซื้อสินค้าก่อนประเมินที่หลัง รีบเร่งซื้อไม่หาข้อมูล และไม่ประเมินสินค้า เป็นต้น บางทีอาจเป็นเพราะสินค้าที่ใช้การทুমเทความพยายามต่ำ ผู้ซื้ออาจข้ามขั้นตอนบางตอนไปทำการซื้อเลย

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเบื้องต้นประกอบด้วย

1. การตระหนักถึงความต้องการ จุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ คือการตระหนักถึงความต้องการของตน ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาวะที่ผู้ซื้อเป็นอยู่จริงกับสภาวะที่เขาต้องการ ความต้องการถูกกระตุ้นโดยตัวกระตุ้นจากภายใน (กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติ เช่น ความหิว เพศ) ในระดับที่สามารถกลายเป็นแรงขับเคลื่อนได้ นอกจากนั้นความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายนอก

2. การแสวงหาข่าวสาร ผู้ซื้อที่ถูกกระตุ้นอาจจะ หรืออาจจะไม่แสวงหาข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ถ้าแรงผลักดันของผู้ซื้อแข็งแกร่งและสินค้าที่ตอบสนองอยู่ใกล้ ผู้บริโภคก็จะทำการซื้อมันเลย มิฉะนั้นแล้วผู้ซื้ออาจเก็บความต้องการนั้นไว้ในความทรงจำ หรือไม่ก็ทำการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการดังกล่าว

3. การประเมินทางเลือก แนวความคิดเบื้องต้นที่จะช่วยอธิบายกระบวนการประเมินผู้ซื้อ มีดังนี้

1) ประการแรก เรามีสมมุติฐานว่าผู้บริโภคแต่ละรายมองสินค้าว่าเป็นมวลรวมของลักษณะต่าง ๆ ของสินค้า ในกรณีกล้องถ่ายรูป ลักษณะของสินค้ารวมถึงคุณภาพของรูปถ่ายง่าย ขนาดของกล้อง ราคา และอื่นๆ ผู้ซื้อแตกต่างกันในการมองลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเพียงใด และจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อเอง

2) ประการที่สอง ผู้ซื้อให้ความสำคัญกับลักษณะต่างๆ ของสินค้าในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

3) ประการที่สาม ผู้ซื้อจะสร้างความเชื่อในตราหือขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตราหือ ความเชื่อชุดที่ผู้ซื้อมีกับตราใดตราหนึ่ง เรียกว่า “ภาพลักษณ์ของตราหือ (Brand Image)” โดยมีประสบการณ์และผลที่ได้รับจากการเลือกรับรู้ เลือกเปิดเบือน และเลือกเก็บรักษา ความเชื่อของผู้ซื้อจึงแตกต่างไปจากลักษณะจริงของสินค้า

4) ประการที่สี่ ความพอใจในตัวสินค้าทั้งหมดที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของลักษณะของตัวสินค้า

5) ประการที่ห้า ผู้ซื้อเกิดมีทัศนคติต่อตราทั้งหลาย โดยวิธีการประเมิน บางวิธีผู้ซื้อมักใช้วิธีการประเมินบางวิธีขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อของเขา

4. การตัดสินใจซื้อ ในขั้นตอนการประเมิน ผู้ซื้อจะสร้างความตั้งใจซื้อขึ้นก่อน โดยทั่วไปการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อมักจะทำการศึกษาตราที่ชอบที่สุด แต่ทว่า มีปัจจัย 2 ประการ อาจเข้ามาแทรกแซงความตั้งใจซื้อกับการตัดสินใจซื้อ

1) ปัจจัยแรก คือ ทัศนคติของผู้อื่น เช่น ถ้าภรรยา นาย ก. เห็นว่าควรซื้อของราคาถูกที่สุดโอกาสที่นาย ก. จะซื้อของราคาถูกนั้นก็ย่อมลง

2) ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง ผู้ซื้ออาจสร้างความตั้งใจซื้อขึ้นก่อน โดยอิงปัจจัยต่างๆ เช่น รายได้ที่คาดว่าจะได้รับราคาที่คาดหมาย และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับ อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงอาจเปลี่ยนความตั้งใจซื้อได้

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากที่มีการซื้อสินค้า ผู้ซื้อจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจ และก่อให้เกิดพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไรเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คำตอบก็คือขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหมายของผู้ซื้อกับการปฏิบัติการของสินค้า ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหมาย ผู้ซื้อจะผิดหวัง ถ้าตรงกับความคาดหมายผู้ซื้อจะพอใจ ถ้าดีเกินความคาดหมายผู้ซื้อจะปลื้มและยินดีมาก

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจต่างของผู้ซื้อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอนได้แก่ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การเสาะแสวงหาข่าวสาร 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

### 2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

(อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์, 2547) ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ

#### ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix)

##### ผลิตภัณฑ์ (Product)

- ความหลากหลายของสินค้า (Product Variety)
- คุณภาพสินค้า (Quality)
- การออกแบบ (Design)

##### ราคา (Price)

- ราคาสินค้า (List Price)
- ส่วนลด (Discount)
- ระยะเวลาการชำระเงิน

<ul style="list-style-type: none"> <li>- คุณลักษณะ (Feature)</li> <li>- ตราสินค้า (Brand Name)</li> </ul>	(Payment Period) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระยะเวลาการใช้สินเชื่อ (Credit)</li> </ul>
การเสริมการตลาด (Promotion) <ul style="list-style-type: none"> <li>- การโฆษณา (Advertising)</li> <li>- การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)</li> <li>- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)</li> <li>- การขายโดยพนักงาน (Personal Selling)</li> </ul>	การจัดจำหน่าย (Place) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution)</li> <li>- การเลือกคนกลาง (Assortment)</li> <li>- ทำเลที่ตั้ง (Location)</li> <li>- สินค้าคงเหลือ (Inventory)</li> </ul>

### รูปภาพที่ 6 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix)

ที่มา : Philip Kotler. “ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://spssthis.blogspot.com> 2000. เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2559

#### ส่วนผสมทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ เป็นเครื่องมือพื้นฐานของ ส่วนผสมทางการตลาดซึ่งอาจจะหมายถึง สินค้าหรือบริการ ก็ได้ ส่วนของสินค้าสำเร็จรูปจะหมายถึงคุณภาพของสินค้า รูปแบบ ความหลากหลายคุณลักษณะ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงบริการต่างๆ ที่เสนอรวมไปกับสินค้า เช่น การฝึกอบรม การขนส่ง และการซ่อมดูแล เป็นต้น ส่วนของบริการเสริมเหล่านี้จะสามารถเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดปัจจุบัน

2. ราคา นับเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพราะเป็นส่วนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการซื้อสินค้า การตั้งราคาจึงขึ้นกับวัตถุประสงค์ของทางบริษัท ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 อย่าง คือ เพื่อความอยู่รอด เพื่อให้ได้กำไรมากที่สุด เพื่อให้ได้รายได้มากที่สุด เพื่อให้ได้อัตราการเติบโตมากที่สุด เพื่อตลาดบนเท่านั้น และเพื่อความผู้นำในด้านคุณภาพสินค้า

3. ทำเลที่ตั้ง เพื่อให้สินค้ามีในตลาดและทำให้ลูกค้าเป้าหมายสามารถซื้อได้ ซึ่งอาจใช้ตัวกลางเป็นผู้จัดจำหน่าย โดยต้องมีความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การต่อรอง การส่งสินค้า การเงิน การรับความเสี่ยง การจ่ายเงิน เป็นต้น ช่องทางการจัดจำหน่ายจำเป็นต้องคำนึงถึงการเลือกตัวกลางอย่างถูกต้อง และความสามารถที่กระตุ้นให้ตัวกลางสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยต้องสร้างความสัมพันธ์กันอย่างเป็นหุ้นส่วนเชิงธุรกิจในระยะยาว ซึ่งสามารถสร้างผลกำไรให้ทั้งสองฝ่ายได้ อาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม เมื่อเงื่อนไขทางการตลาดเปลี่ยนไป

4. การส่งเสริมการตลาด จะรวมทุกกิจกรรมของบริษัทที่ทำให้สื่อสาร และส่งเสริมการซื้อสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสามารถใช้ส่วนผสมทางการส่งเสริม (Promotion Mix Marketing Communication) คือ การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การเลือกทีมขาย การประชาสัมพันธ์ และการใช้การขายตรง

(Kotler, 2012) สิ่ง que เพิ่มเข้ามาเพื่อรับกับความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น ประกอบด้วย 5.กระบวนการบริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบเป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและประทับใจ ลูกค้า 6.บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งได้จากการคัดเลือกการฝึกอบรมและแรงจูงใจ พนักงาน ทำให้ผู้ใช้บริการ เกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้นแตกต่างเหนือคู่แข่ง 7.การกระจายการจำหน่าย (Places) หมายถึง การจัดจำหน่าย กระจายสินค้าให้สอดคล้องกับการซื้อหาและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ดังนั้นจึงสรุปรวม เรียกว่า Marketing Mixed หรือ 7Ps

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือ ผู้ซื้อแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เป็นผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้ออย่างเหมาะสม โดยแบ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

1. ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบไปด้วย

1. ความจำเป็น ความต้องการ ความปรารถนา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในสินค้าหรือบริการ
2. แรงจูงใจ เมื่อบุคคลเกิดปัญหาในจิตใจขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการแก้ปัญหาขึ้น
3. บุคลิกภาพ เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นจากความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจต่าง ๆ
4. ทักษะคติ เป็นการประเมินความรู้สึกรหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล
5. การรับรู้ เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น
6. การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะที่ค่อนข้างยาวนาน

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิด และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1. สภาพเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้ซื้อ
2. ครอบครัว การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน
3. สังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมของสังคม และความเชื่อ
4. วัฒนธรรม เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือว่าเป็นดีงามและยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

5. การติดต่อธุรกิจ หมายถึง โอกาสที่ผู้ซื้อจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้ซื้อได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ จะมีความไว้วางใจและยินดีที่จะซื้อสินค้านั้น
6. สภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ไม่เพียงแต่พิจารณาแค่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น ปัจจุบันยังต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านกระบวนการบริการ บุคลากร และการกระจายการจำหน่าย

#### 2.2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังลูกค้าในความต้องการซื้อ

(Parasuraman, 1998) ความคาดหวัง หมายถึง ทศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่ เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่ และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

(Kotler & Keller, 2006) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้าคือ ความปรารถนาของลูกค้า ที่มี “ต่อผลิตภัณฑ์และบริการถ้าองค์การทราบถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการได้ตรงกับความต้องการหรือมากกว่าความคาดหวัง จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและภักดีกับองค์การ ”

(ชินฉกร พรภาณวิษญ์, 2540) ได้อธิบายว่า “ความคาดหวังหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความหรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่นที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติ ในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้”

(Vroom, 2005) ได้กล่าวว่า “ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดีเป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่หวังไว้ ” ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ

- Valence หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์
- Instrumentality หมายถึง เครื่องมืออุปกรณ์ วิธีทางที่จะไปสู่ความพึงพอใจ
- Expectancy หมายถึง ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นๆบุคคลมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงพยายามดิ้นรนแสวงหาหรือกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนอง



ความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วก็ตามความคาดหวังของบุคคลจะได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

(Zeithaml, 1990) ได้ระบุว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

1. การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ประสบการณ์ในอดีต
4. ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ
5. ราคา

(ศรีนิตย์ บุญทอง, 2521) ได้กล่าวไว้ว่าตามที่บุคคล พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกัน “ได้กำหนดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกรู้สึกนึกคิดหรือคาดการณ์นั้นประเมินโดยมาตรฐานของตนเองเป็นการกำหนดความคาดหวัง ” เครื่องวัดความคาดการณ์ของแต่ละบุคคล

(นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล, 2540) ได้กล่าวว่า “ถึงการกำหนดความคาดหวังตามความคิดของเดอเซ็คโค ว่าการกำหนดความคาดหวังของบุคคล นอกจากขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของงานแล้วยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาด้วย ดังที่ เดอเซ็คโค ได้กล่าวไว้ว่า การที่บุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นๆ มาก่อนก็จะกำหนดความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไปสูงขึ้นและใกล้เคียงกับความสามารถจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามระดับความคาดหวังลงมา เพื่อป้องกันมิให้ตนเกิดความรู้สึกล้มเหลวจากการที่วางระดับความคาดหวังไว้สูงกว่าความสามารถจริง”

(สมลักษณ์ เพชรช่วย, 2540) ได้สรุปความคาดหวังไว้ว่า “การที่บุคคลจะกำหนดความคาดหวังของคนนั้นจะต้องประเมินความเป็นไปได้ด้วย ทั้งนี้เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิด และคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้นอาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมได้ความรู้สึกนึกคิด หรือคาดการณ์นั้น จะมีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็นการให้ต่อสิ่งที่ เป็นรูปธรรม หรือนามธรรมชนิดเดียวกัน ก็อาจจะแตกต่างออกไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้น การที่บุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำงานมากน้อยแค่ไหน จึงขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 อย่าง คือระดับความเข้มข้นของความต้องการรางวัลนั้น และความคาดหวังของบุคคลนั่นเองที่ จะมองว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดในการได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งนั้น ถ้าเห็นว่ารางวัลที่จะได้จาก ความพยายามมีคุณค่ากับตนมากและเป็นไปได้สูง บุคคลก็จะทุ่มเทความสามารถให้มากขึ้น แต่ถ้าคิดว่าความเป็นไปได้มีน้อย หรือรางวัลที่ได้น้อย ก็จะไม่พยายามเพราะคิดว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า ” ปัจจัยกำหนดความคาดหวัง

(พัชรี มหาลาภ, 2538) กล่าวว่า ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังมี 3 ประการ ได้แก่

1. ลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคลและสภาพแวดล้อม ความคาดหวังและการแสดงออกจึงแตกต่างกัน เพราะความคิดความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกัน
2. ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมา กล่าวได้ว่าถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นๆ มาก่อน ก็จะทำให้มีการกำหนดระดับความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไป

สูงขึ้น และใกล้เคียงสภาพความเป็นจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามจะกำหนดความคาดหวังลงมา เพื่อป้องกันมิให้เกิดความรู้สึกล้มเหลวจากระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้สูงกว่าความสามารถจริง

3. ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้ เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้นอาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้จะเป็นการประเมินค่าโดยมีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันได้ ด้วยขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจการให้คุณค่าแก่สิ่งนั้นของแต่ละบุคคลจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังของมนุษย์คาดหวังเกิดจากสภาพแวดล้อมที่บุคคลได้รับกับความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรม ที่แตกต่างกันออกไปตามความรู้ ประสบการณ์และความต้องการแล้วบุคคลจะตัดสินใจ

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือ ความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของคนเรา โดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอกความคาดหวัง ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคนในการเลือกการกระทำ มี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคลและสภาพแวดล้อม 2) ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมา และ 3) ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สินค้าหรูหรา

การใช้ของสินค้าหรูหรามีมานาน (Veblen, 1899) ศีรษะทฤษฎีเอกลักษณ์ของผู้บริโภค และเปิดเผยว่าในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน คนมีระดับมีความต้องการเอกลักษณ์ที่แตกต่าง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ต่อมาในการวิจัยของ (Snyder & Fromkin, 1977) ค้นพบว่า บุคคลทั่วไปพยายามรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองและไม่พอใจจะมีความคล้ายคลึงกันมากเกินไปหรือความแตกต่างกับเพื่อน

(Phau & Prendergast, 2000) นักวิจัยพยายามที่จะชี้แจงแนวคิดของการใช้สินค้าหรูหรา ชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรูหรามีลักษณะหลายอย่าง ตัวอย่างเช่น มักจะมีแบรนด์ที่พิเศษ มีชื่อเสียง สร้างด้วยคุณภาพสูง และสามารถที่จะรักษาระดับและลูกค้าที่ขายในระดับสูง

(Chadha, 2006) เรียกสินค้าแฟชั่นหรูหร่าว่า “ทันสมัยและมีคุณภาพ” คำนิยามของผลิตภัณฑ์แฟชั่นหรูหรารอบคลุมหลายประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ นำมาใช้ นิยามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรูหรา

ปัญหาเกี่ยวกับการใช้ของแบรนด์หรูยังไม่ได้รับความสนใจมาก คนแรกคือ ผู้บริโภครับรู้ราคาและการเปลี่ยนแปลงราคา ไม่ว่าจะ เป็นแบรนด์ในทั่วไปหรือแบรนด์หรูราคาและการเปลี่ยนแปลงในราคาของแบรนด์เหล่านี้ ระดับของความผันผวนของราคายังมีผลต่อการดำเนินการซื้อของผู้บริโภค (Tellis, 1988) เมื่อราคาของสินค้าเกินช่วงยอมรับ ผู้บริโภคจะพิจารณาการเปลี่ยนยี่ห้อ (Monroe, 1971)

(Lichtenstein, Ridgway, & Netemeyer, 1993) ผู้บริโภคอาจไม่ไวต่อราคาเมื่อมันมาถึงสินค้าหรูหรา ราคาที่ไม่ใช่เหตุผลเป็นสิ่งสำคัญที่ควบคุมการตัดสินใจของผู้บริโภค แม้ในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับ

สินค้าหรูหรา ผู้บริโภคของสินค้าหรูหรายังคงให้ความสำคัญในเรื่องของราคา ทำเปรียบเทียบระหว่างแบรนด์ที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ เนื่องจากผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือจากคนอื่น นักการตลาดต้องให้ความสนใจไปยังช่องทางของข้อมูลที่สามารถเข้าถึงผู้ที่เกินเป้าหมายได้ สุดท้ายความแตกต่างระหว่างผู้บริโภค ควรพิจารณาระมัดระวังในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งการตลาดการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรูหรา ต้องการเอกลักษณ์ที่แตกต่าง ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ราคาที่ไม่มีเหตุผลเป็นสิ่งสำคัญที่ควบคุมการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคของสินค้าหรูหรายังคงให้ความสำคัญในเรื่องของราคา เปรียบเทียบระหว่างแบรนด์ที่แตกต่างกัน นักการตลาดต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับช่องทางในการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย



## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทำการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบคิดและแนวทางการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ผลการศึกษา
(ภาวิณี แสงมณี, 2558)	พฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้า แบรนด์เนมของ พนักงานบริษัท บริเวณ ศูนย์การค้า สยามพารากอน	ผู้บริโภคและผู้ ทำการเลือกซื้อ สินค้าแบรนด์ เนม จำนวน 20 คน	การสัมภาษณ์ เชิงลึกและ การสำรวจ เอกสาร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม คือ มีความชื่นชอบและเชื่อมั่นในตัวแบรนด์สินค้า แม้ว่าจะมีสิ่งรอบข้างเชื่อเชิญในสนใจในแบรนด์อื่น แต่ผู้บริโภคประเภทนี้จะตัดสินใจได้อย่างแน่วแน่และไม่โลเลด้วยตนเอง</li> <li>2. ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมด้วยอิทธิพลรอบข้าง ผู้บริโภคประเภทนี้จะชื่นชอบหมดทุกแบรนด์ จะไม่ยึดแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง จะไหลไปตามกระแสแฟชั่น และคนรอบข้างในการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม</li> <li>3. ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดเรื่องคุณสมบัติของสินค้าแบรนด์เนมและชื่อเสียงของแบรนด์สินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในตัวสินค้ามาก</li> <li>4. ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค</li> <li>5. ปัจจัยด้านสถานที่ในการซื้อสินค้าแบรนด์เนม ผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อสินค้าจากต่างประเทศหรือสั่งซื้อผ่านร้านค้าที่รับปริ</li> </ol>

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ผลการศึกษา
				ออร์เดอร์มากกว่าซื้อที่ซื้อจริง
(ฉัตรฟ้า โชคสม เกษม, 2558)	การศึกษา กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ของกลุ่ม คนทำงานรุ่น ใหม่ในเขต กรุงเทพมหานคร	กลุ่มคนทำงาน รุ่นใหม่ (อายุ ระหว่าง 25-30 ปี) ในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน	แบบสอบถาม	<p>1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา และด้านรายได้ ส่งผลต่อขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา, ขั้นตอนการแสวงหาข่าวสาร, ขั้นตอนการประเมินทางเลือก และขั้นตอนการซื้อ ในขณะที่ปัจจัยด้านจำนวนบุตร ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในทุกๆ 5 ขั้นตอน</p> <p>2) กลุ่มเป้าหมายของ คอนโดมิเนียมในเขต กรุงเทพมหานครหลัก คือ กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี โดยส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสดและไม่มีบุตร นอกจากนี้ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยูระหว่าง 20,000-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท สามารถทำการประชาสัมพันธ์และการตลาดผ่าน อินเทอร์เน็ต เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโครงการ</p> <p>3) ปัจจัยที่จะช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมได้มากขึ้น อันได้แก่</p>

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ผลการศึกษา
				ชื่อเสียงของโครงการ สถานที่ตั้ง สำนักงานขาย พนักงานขาย และการมอบส่วนลดพิเศษ
(ปกรณ์ พันธุ์จิต วุฒิชัย, 2558)	กระบวนการและปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ : กรณีศึกษาเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	ผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการขนาดเล็ก จำนวน 55 คน	แบบสอบถามและแบบสำรวจโครงการ	<p>1) ผู้ซื้อส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี ประกอบกิจการส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ 60% และทำงานประจำ 40% มีรายได้ครัวเรือนระหว่าง 50,000-150,000 บาทต่อเดือน สถานภาพโสด 61.8% และสมรส แต่ไม่มีทายาท 23.6% ก่อนหน้านี้อยู่อาศัยกับบิดามารดา ที่เป็นบ้านเดี่ยวใกล้กับที่อยู่ใหม่ มีแนวคิดว่าจะซื้อรถก่อนซื้อบ้าน ชื่นชอบการใช้อินเทอร์เน็ต</p> <p>2) กระบวนการตัดสินใจซื้อแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน คือ</p> <p>(ก) การรับรู้ เกิดจากผู้ซื้อต้องการอิสระ ไม่พอใจสภาพแวดล้อมที่อยู่เดิม หรือต้องการที่อยู่ใกล้แหล่งงาน กระตุ้นให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ โดยต้องการบ้านแถว หรือบ้านเดี่ยวมากที่สุด</p> <p>(ข) การสืบค้น ผู้ซื้อรู้จักโครงการผ่านป้ายโฆษณาในพื้นที่ 71% รองมาคืออินเทอร์เน็ต 36% จะสืบค้นหาข้อมูลเองในเวลาบ่าย และกลางคืน คำสำคัญที่ใช้ คือ ลาดพร้าว ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม</p> <p>(ค) การประเมินตัวเลือก ผู้ซื้อมีโครงการในใจ 2-3 แห่ง ไปชมโครงการในวันเสาร์-อาทิตย์ 63% และวันจันทร์-ศุกร์ 37% ช่วงเวลา</p>

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ผลการศึกษา
				<p>10.00-12.00น . และ 14.00-18.00น. เพื่อประเมินที่ตั้ง การเข้าออก และสภาพแวดล้อม</p> <p>(ง)การตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อไปยังโครงการที่ซื้อ 2 ครั้ง กับสมาชิกในครอบครัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อใน 3-4 สัปดาห์ ข้อมูลที่สนใจ คือ การรับประกันและบริการหลังการขาย</p> <p>(จ)ความรู้สึกหลังการซื้อ สิ่งที่ผู้ซื้อคำนึงถึง ได้แก่ การบริการหลังการขาย การรับประกัน ลักษณะพื้นที่ใช้สอยสภาพแวดล้อม</p> <p>3)ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านที่ตั้ง คือ ใกล้ที่ทำงาน สภาพแวดล้อมโดยรอบ และรู้สึกปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการขาย คือ รับประกันบ้าน การให้ข้อมูลจากพนักงาน และมีบ้านตัวอย่าง ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สร้างเสร็จในเวลาที่ต้องการ คุณภาพของวัสดุ และพื้นที่ใช้สอยตรงกับการใช้งาน</p>
(อภิชาติ สุขสินธ์, 2551)	ปัจจัยที่ส่งผล ต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อ คอนโดมิเนียม ของประชากร ใน กรุงเทพมหานคร	ผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ที่ซื้อ คอนโดมิเนียม หรือผู้ที่พิจารณา จะซื้อ คอนโดมิเนียม จำนวน 400 คน	แบบสอบถาม	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในด้านงบประมาณ พื้นที่ใช้สอย และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ</li> <li>2. ด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความหลากหลาย การรับประกันสินค้า มีความสัมพันธ์ต่อ</li> </ol>

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ผลการศึกษา
				<p>พฤติกรรมการซื้อ ในด้านงบประมาณ พื้นที่ใช้สอยและกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ</p> <p>3. การกำหนดราคา เงื่อนไขการชำระเงิน และสินเชื่อ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อในด้านงบประมาณ พื้นที่ใช้สอยและกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ</p> <p>4. ทำเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อ ในด้านงบประมาณ พื้นที่ใช้สอย และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ</p> <p>5. การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อในด้านงบประมาณ พื้นที่ใช้สอยและกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ</p>
(ธงชัย ชูสุน, 2557)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม	ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมหรือผู้ที่พิจารณาจะซื้อคอนโดมิเนียมในพื้นที่ เขต 5 ได้แก่ เขตคลองเตย เขตสาทร เขตลาดพร้าว เขตพญาไท และเขตบางกะปิ จำนวนคน 400	แบบสอบถาม	<p>1. ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจคือครอบครัว บิดา-มารดา ญาติพี่น้อง</p> <p>2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ย 4.85</p> <p>3. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ มั่นใจในชื่อเสียงบริษัทมีค่าเฉลี่ย 4.31</p> <p>4. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทาง</p>



ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ผลการศึกษา
				การตลาดและปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่ระดับนัยสำคัญ .05

ที่มา: การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสรุปได้ว่า

1. ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าหรูหรา คือ มีความชื่นชอบและเชื่อมั่นในตัวแบรนด์สินค้า ผู้บริโภคประเภทนี้จะตัดสินใจได้อย่างแน่วแน่ด้วยตนเอง
2. ลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ครอบครัวต่อเดือน เป็นต้น ส่วนประสมทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง ราคา ส่วนส่งเสริมการขาย เป็นต้น ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม
3. กระบวนการตัดสินใจซื้อ มี 5 ขั้นตอน คือ 1. การรับรู้ 2. การสืบค้น 3. ประเมินตัวเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกหลังการซื้อ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้นผู้วิจัยสรุป ดังนี้

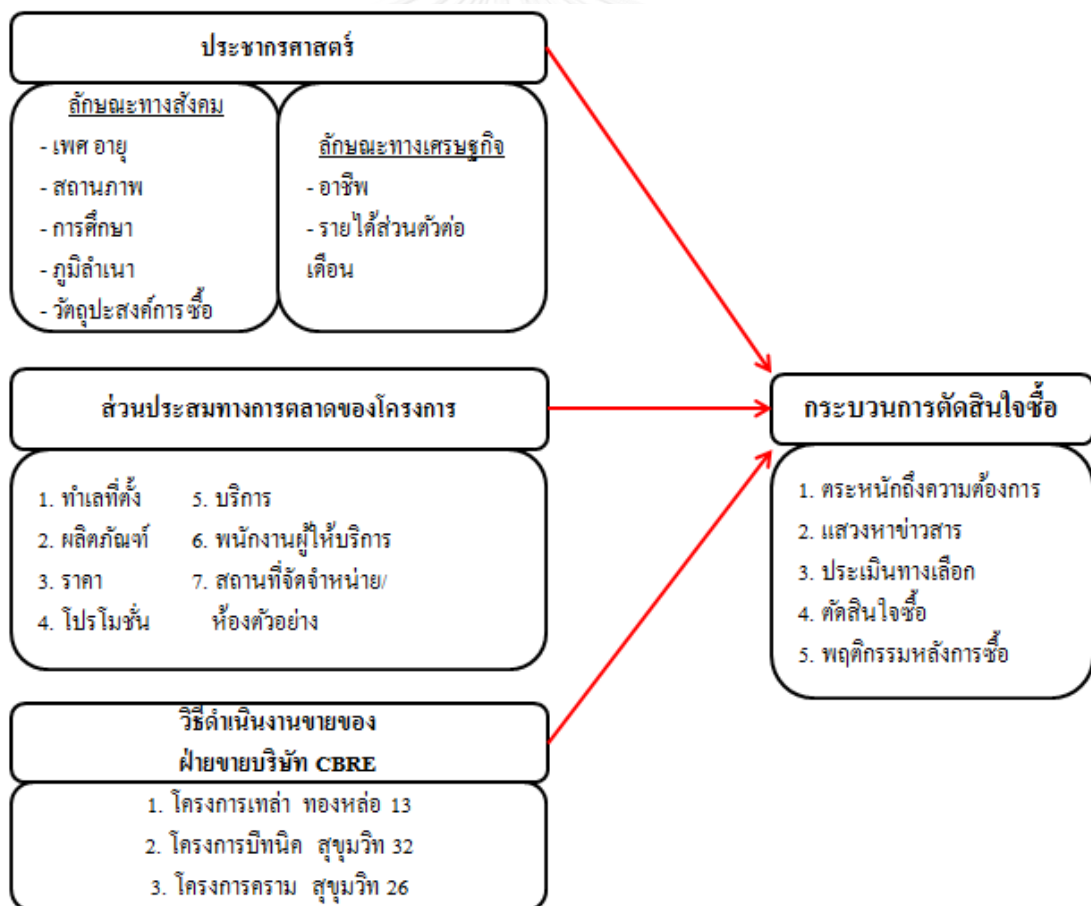
1. คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี เป็นประเภทคอนโดที่มีเอกลักษณ์ แตกต่างจากประเภทคอนโดทั่วไป
2. ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม พิจารณาปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด การบริการ บุคลากร และสถานที่จัดจำหน่าย
3. กระบวนการตัดสินใจซื้อ คือ ขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าจากสองทางเลือกขึ้นไป การซื้อเป็นกิจกรรมทางด้านจิตใจและทางกายภาพที่เกิดขึ้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง ผู้ซื้อจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นตามข้อมูลและข้อจำกัดขั้นตอนในการซื้อสินค้านี้ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่
  - 1) การตระหนักถึงความต้องการ
  - 2) การแสวงหาข้อมูล
  - 3) การประเมินทางเลือก
  - 4) การตัดสินใจซื้อ
  - 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

นี่มุ่งศึกษาลักษณะทางงานวิจัยครั้งสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดของโครงการซึ่งจะเป็นตัวสะท้อนปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ รวมถึงศึกษาวิธีการดำเนินงานขายโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย รวมถึงเสนอระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยรวมถึงตัวแปรในการศึกษาดังนี้



รูปภาพที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัย  
ที่มา: การออกแบบของผู้วิจัย

### 3.2 พื้นที่ศึกษา/โครงการกรณีศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่วิจัยในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร โดยใช้เกณฑ์การเลือกโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่ ดังนี้

1. ช่วงเวลาเปิดตัวของโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่อยู่ในปี พ.ศ. 2558 – 2559
2. ราคาซื้อขายเปิดตัวเฉลี่ยต่อตารางเมตรอยู่ระหว่าง 280,000 – 500,000 บาทต่อตารางเมตร
3. เป็นโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่ที่กำลังอยู่ในช่วงการก่อสร้าง
4. ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูล เพื่อการสัมภาษณ์ผู้ซื้อได้

ตารางที่ 5 โครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่พื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ

หลักเกณฑ์/ โครงการ	โครงการ มาร์ค สุขุมวิท 39	โครงการ ดิโพล แมท สุขุมวิท 39	โครงการ เทล่า ทองหล่อ 13	โครงการ ปีทนิค สุขุมวิท 32	โครงการ คราม สุขุมวิท 26	โครงการ ดิ XXXIX บาย แสนสิริ	โครงการ คุณ บาย ยู
ผู้ประกอบการ	Major Develop ment	KPN Group	Gaysorn Wattana	SC Asset	Nye Estate	Sansiri	Sansiri
ช่วงเวลา เปิดตัว	2556	2558	2559	2558	2559	2555	2559
ราคาซื้อขาย เปิดตัวเฉลี่ย ต่อตรม.	250,000	250,000	300,000	300,000	280,000	195,000	350,000
สถานะ	กำลัง ก่อสร้าง	กำลัง ก่อสร้าง	กำลัง ก่อสร้าง	กำลัง ก่อสร้าง	กำลัง ก่อสร้าง	สร้าง เสร็จแล้ว	กำลัง ก่อสร้าง
การเข้าถึง ข้อมูล	เข้าถึงได้	เข้าถึง ไม่ได้	เข้าถึงได้	เข้าถึงได้	เข้าถึงได้	เข้าถึง ไม่ได้	เข้าถึง ไม่ได้

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการขายโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่พื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ ณ เดือนสิงหาคม 2559

ตารางที่ 6 การเลือกโครงการกรณีศึกษา

หลักเกณฑ์/ โครงการ	โครงการ มาร์ค สุขุมวิท 39	โครงการ ดิโพล แมท สุขุมวิท 39	โครงการ เทล่า ทองหล่อ 13	โครงการ ปัทม สุขุมวิท 32	โครงการ คราม สุขุมวิท 26	โครงการ ดิ XXXIX บาย แสนสิริ	โครงการ คุณ บาย ยู
ช่วงเวลา เปิดตัว พ.ศ. 2559-2558		✓	✓	✓	✓		✓
ราคาเปิดตัว เฉลี่ยต่อตรม. 280,-000 500, 000 บาท			✓	✓	✓		✓
สถานะกำลัง ดำเนินการ ก่อสร้าง	✓	✓	✓	✓	✓		✓
ผู้วิจัยเข้าถึง ข้อมูลได้	✓		✓	✓	✓		

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการขายโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์จิวรี่พื้นที่  
พร้อมพงษ์และทองหล่อ ณ เดือนสิงหาคม 2559

จากเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงกำหนดโครงการกรณีศึกษา ได้แก่ โครงการเทล่า ทองหล่อ 13  
โครงการปัทม สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์จิวรี่โครงการกรณีศึกษาจาก  
ข้อมูลทุติยภูมิเอกสารรายงานการขายของบริษัท ซีปียาร์อี ประเทศ จำกัดของโครงการกรณีศึกษา ณ เดือน  
สิงหาคม 2559 จากนั้นผู้วิจัยคัดเลือกผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษาที่มีการลงลายมือชื่อในสัญญาจะซื้อจะขาย  
เรียบร้อยแล้วเริ่มดำเนินการผ่อนดาวน์แล้ว ณ เดือนสิงหาคม 2559 มีจำนวนทั้งหมด 142 ตัวอย่าง

ตารางที่ 7 จำนวนประชากรในการวิจัย

จำนวนผู้ซื้อ	โครงการเหล่า ทอง หล่อ 13(คน)	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32(คน)	โครงการคราม สุขุมวิท 26(คน)	รวมทั้งหมด
หลักเกณฑ์การเลือก	ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์โครงการกรณีศึกษาที่มีการลงลายมือชื่อในสัญญาจะซื้อขายและดำเนินการผ่อนดาวน์เรียบร้อยแล้ว			
รวม	35	28	79	142

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารรายงานการขายของโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม

2559

2) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถามของบริษัท ซีปาร์อี ประเทศไทย จำกัดของผู้ซื้อในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 142 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์จำแนกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 3 กลุ่ม โดยใช้หลักเกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) แบ่งตามวัตถุประสงค์การซื้อ ได้แก่ ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ซื้อเพื่อการลงทุน และซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

ตารางที่ 8 จำนวนประชากรในการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์การซื้อ

จำนวนประชากร	โครงการเหล่า ทอง หล่อ 13(คน)	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32(คน)	โครงการคราม สุขุมวิท 26(คน)	รวมทั้งหมด						
หลักเกณฑ์การเลือก	ผู้วิจัยนำข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถามของผู้ซื้อจำนวน 142 ตัวอย่างมาวิเคราะห์จำแนกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 3 กลุ่ม โดยใช้หลักเกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ แบ่งตามวัตถุประสงค์การซื้อ ได้แก่ ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ซื้อเพื่อการลงทุน และซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน									
วัตถุประสงค์ซื้อ	ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ซื้อเพื่อการลงทุน	ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ซื้อเพื่อการลงทุน	ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ซื้อเพื่อการลงทุน	ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	จำนวน 3 กลุ่ม
รวม	9	17	9	8	10	10	26	30	23	142

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

3) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ โดยใช้เกณฑ์ร้อยละ ซึ่งจำนวนประชากรทั้งหมดเป็นหลักร้อย ใช้กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15-30 (ผศ.ดร.วโร เฟิงสวัสดิ์, 2553) ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโครงการดังนี้ ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง 4 ตัวอย่าง ชื่อเพื่อการลงทุน 4 ตัวอย่าง และชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน 4 ตัวอย่าง รวมเป็น 12 ตัวอย่างต่อโครงการกรณีศึกษา ทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษารวมเป็น 36 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25 ของจำนวนประชากร) จากนั้นผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายในการสัมภาษณ์ (Simple random sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่ม ผู้วิจัยจะให้เลขกำกับรายชื่อประชากรทั้งหมดเพื่อทำการสุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 9 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

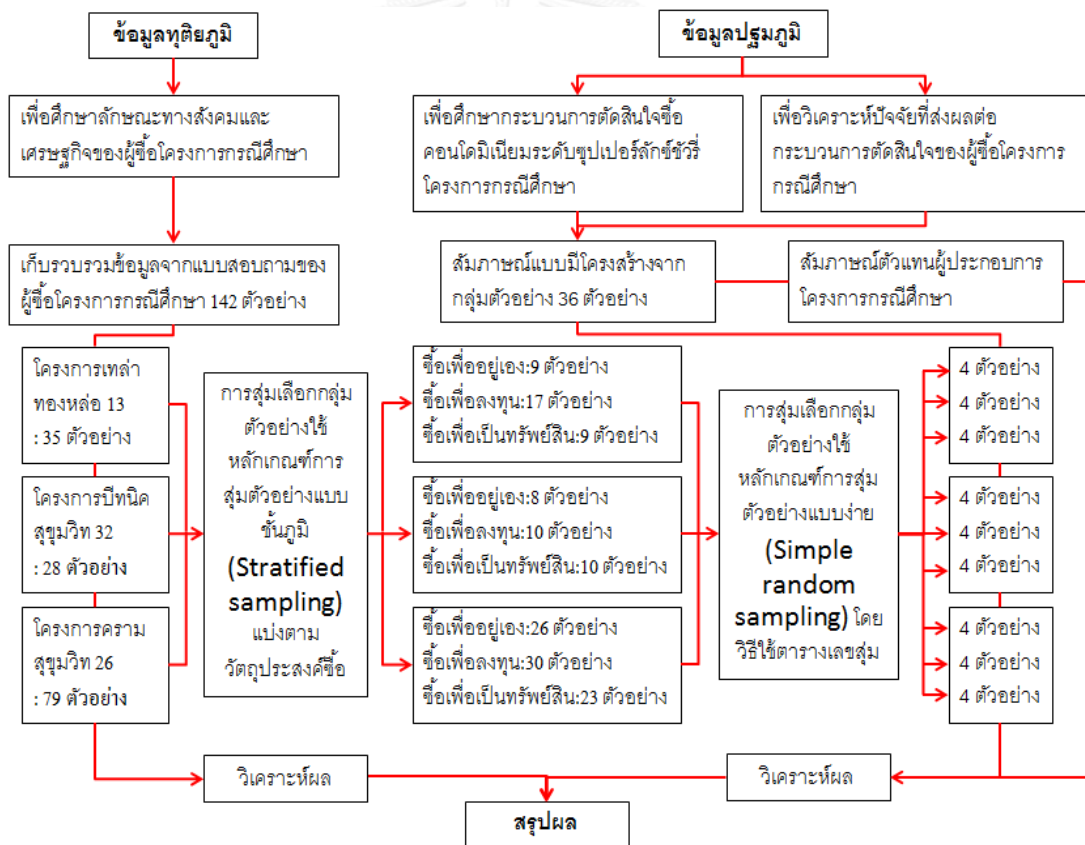
กลุ่มตัวอย่าง	โครงการเช่า ท่อง หล่อ 13(คน)			โครงการปีพินิค สุขุมวิท 32(คน)			โครงการคราม สุขุมวิท 26(คน)			รวมทั้งหมด
หลักเกณฑ์การเลือก	ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโครงการดังนี้ ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง 4 ตัวอย่าง รวมเป็น 4 ตัวอย่าง และชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน 4 ตัวอย่าง ชื่อเพื่อการลงทุนของจำนวน 25 ร้อยละ) ตัวอย่าง 36 ตัวอย่างต่อโครงการกรณีศึกษา รวมเป็น 12 จากนั้นใช้หลักเกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายในการสัมภาษณ์ (ประชากร									
วัตถุประสงค์ชื่อ	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง	ชื่อเพื่อการลงทุน	ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง	ชื่อเพื่อการลงทุน	ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง	ชื่อเพื่อการลงทุน	ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	3 กลุ่ม
รวม	9	17	9	8	10	10	26	30	23	142
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
รวม	12			12			12			36

ที่มา: การกำหนดของผู้วิจัย

### 3.4 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถามของบริษัท ซีปียาร์อี ประเทศไทย จำกัดของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษาจำนวนทั้งหมด 142 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี
- 2) การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 36 ตัวอย่างที่คัดเลือกมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี
- 3) การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและรับผิดชอบด้านการขาย ตัวแทนจากผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานขายของทั้ง 3 โครงการ ได้แก่
  - 1 .คุณสุกฤษฎี เลี้ยงสุขสันต์ ตำแหน่ง Senior Ast .Manager โครงการเกล้า ทองหล่อ 13
  - 2 .คุณอภิรมย์ สภาอนุชาติ ตำแหน่ง Senior Sales Executive โครงการปัทมวิเศษ สุขุมวิท 32
  - 3 .คุณบดินทร์ สันติธรรม ตำแหน่ง Marketing Executive โครงการคราม สุขุมวิท 26



รูปภาพที่ 8 การเก็บรวบรวมข้อมูล  
ที่มา: การออกแบบของผู้วิจัย

จากรูปภาพข้างบน การเก็บรวบรวมข้อมูลมีด้วยกัน 3 ขั้นตอน แต่ละขั้นตอนมีวิธีการเก็บข้อมูลที่แตกต่างกัน จึงนำไปสู่การออกแบบเครื่องมือวิจัย

### 3.5 การออกแบบเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยออกแบบเครื่องมือตามวัตถุประสงค์งานวิจัย เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับตัวแปรที่จะศึกษา และกำหนดตัวแปรที่จะทำการศึกษาในการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 10 เครื่องมือในการวิจัย

วัตถุประสงค์	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	การเก็บข้อมูล
1. เพื่อศึกษา ลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ ซื้อคอนโดมิเนียม ระดับซูเปอร์ลักซ์ ชวรีบริเวณพื้นที่ พร้อมพงษ์และทอง หล่อ กรุงเทพมหานคร	<u>ลักษณะทางสังคม</u> 1. เพศ 3. สถานภาพ 2. อายุ 4. การศึกษา 5. ภูมิลำเนา 6. วัตถุประสงค์การซื้อ <u>ลักษณะทางเศรษฐกิจ</u> 7. อาชีพ 8. รายได้ส่วนตัวต่อ เดือน		การเก็บรวบรวม ข้อมูลทุติยภูมิจาก แบบสอบถามของผู้ ซื้อโครงการ กรณีศึกษา 142 ตัวอย่าง
2. เพื่อศึกษา กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับ ซูเปอร์ลักซ์ชวรี บริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร		<u>กระบวนการตัดสินใจ ซื้อ</u> 1. ตระหนักถึงความ ต้องการ 2. แสวงหาข่าวสาร 3. ประเมินทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. พฤติกรรมหลังการ ซื้อ	การสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้างจาก กลุ่มตัวอย่าง 36 ตัวอย่าง
3. เพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจของผู้ซื้อ คอนโดมิเนียมระดับ	<u>ส่วนประสมทาง การตลาด</u> 1. ทำเลที่ตั้ง 2. ผลิตภัณฑ์ 3. ราคา		การสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้างจาก กลุ่มตัวอย่าง 36 ตัวอย่าง



วัตถุประสงค์	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	การเก็บข้อมูล
ซูเปอร์ลักซ์ชวรี บริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร	4. โปรมอชั่น 5. บริการ 6. พนักงานผู้ให้บริการ 7. สถานที่จัดจำหน่าย		

ที่มา: การออกแบบของผู้วิจัย

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลที่ต้องการแล้ว จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้หลักเกณฑ์ทางสถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (Friedman & Amoo, 1999) แบบไม่มีเกณฑ์เปรียบเทียบ 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (Allen & Seaman, 2007) ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบตัวเลขในการวิจัย (Numerical Rating Scales) มาตราส่วนประมาณค่าแบบตัวเลขนี้จะเสนอตัวเลขเป็นระบบตามลำดับ โดยกำหนดค่าตัวเลข ดังนี้

5 หมายถึง พิจารณาอยู่ในระดับ มากที่สุด

4 หมายถึง พิจารณาอยู่ในระดับ มาก

3 หมายถึง พิจารณาอยู่ในระดับ ปานกลาง

2 หมายถึง พิจารณาอยู่ในระดับ น้อย

1 หมายถึง พิจารณาอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

การแปลผลของความคิดเห็นจากมาตราส่วนประมาณค่า พิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ (Best & Luckenbill, 1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง พิจารณามากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง พิจารณามาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง พิจารณาปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง พิจารณาน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง พิจารณาน้อยที่สุด

### 3.6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติออกมาในรูปแบบตาราง เพื่อหาความสัมพันธ์ และนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่

- ค่าร้อยละ (Percentage)
- ค่าเฉลี่ย (Mean)

ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ ผู้วิจัยแสดงผลในรูปแบบตาราง แยกตามวัตถุประสงค์การซื้อ และวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และแสดงออกในรูปแบบร้อยละ (Percentage)

วิธีดำเนินงานขายคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ จากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นข้อมูลเฉพาะส่วนบุคคล ผู้วิจัยแสดงผลในรูปแบบตาราง แยกตามวัตถุประสงค์การซื้อ และวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และแสดงออกในรูปแบบร้อยละ (Percentage)

### 3.7 อุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 2 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 – เดือนมีนาคม 2560

ปัญหาและอุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ เวลา ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลาในการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์หรือเวลาที่จำกัดในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ได้แก่

1. นัดเวลาในการสัมภาษณ์ได้ยากและเวลาในการสัมภาษณ์ที่น้อย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมหรือธุรกิจที่ค่อนข้างยุ่งและเร่งด่วน ดังนั้นในระหว่างการให้สัมภาษณ์จึงต้องเร่งรีบ โดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่อนุญาตให้อัดเทป จึงทำให้เสียเวลาในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงต้องสัมภาษณ์โดยการถามอย่างรวดเร็ว
2. ในการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หลายครั้งที่ไม่สามารถสัมภาษณ์ให้เสร็จสิ้นได้ภายในครั้งแรก เพราะต้องใช้เวลาในการสัมภาษณ์นาน และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างติดธุระหรือติดงานอื่นที่แทรกเข้ามาในขณะทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงต้องโทรกลับไปขอสัมภาษณ์ใหม่ในครั้งที่ 2 – 3 หรือ ในวันรุ่งขึ้น เป็นต้น
3. กลุ่มตัวอย่างมีเวลาที่สามารถให้สัมภาษณ์ไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ผู้วิจัยจะทราบเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกล่วงหน้าครึ่งวันหรือ 1 วัน ทำให้อาจต้องเลื่อนนัดสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างบางตัวอย่างออกไปก่อน เพราะบางตัวอย่างหาเวลาที่สะดวกได้ยากมาก จึงทำให้การวางแผนในการออกไปเก็บข้อมูลทำได้ยาก จึงดูตามสถานการณ์

## บทที่ 4

### ลักษณะโครงการกรณีศึกษาและลักษณะผู้ซื้อคอนโดมิเนียมโครงการกรณีศึกษา

ผลจากการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

4.1 ลักษณะโครงการกรณีศึกษา

4.2 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

#### 4.1 ลักษณะโครงการกรณีศึกษา

งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดโครงการกรณีศึกษา โดยทั้ง 3 โครงการมีลักษณะ ดังนี้

##### ทำเลที่ตั้งโครงการ

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ภาพโครงการ			
ที่ตั้ง	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13 ตั้งอยู่ตรงหัวมุมของซอยทองหล่อ 13 สามารถใช้ถนนซอยดังกล่าวมาทะลุออก	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32 ตั้งติดกับถนนใหญ่ สามารถออกถนนสุขุมวิทได้เลย หรือในเวลาเร่งรีบสามารถเดินมาขึ้น BTS สถานีทอง	โครงการคราม สุขุมวิท 26 ที่ตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท 26 สามารถทะลุออกถนนพระราม 4 เพื่อไปขึ้นทางด่วนตรงสี่แยกคลองเตยได้

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเหล่า ทงหล่อ 13	โครงการปัทนค สุขุมวิท 32	โครงการครวม สุขุมวิท 26
	สุขุมวิท 49 – สุขุมวิท 21 ได้เลย หรือจะทะลุออกมาทางสุขุมวิท 71 เพื่อออกพระราม 4 ได้ โครงการถูกล้อมรอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ทั้งร้านอาหาร ชุปเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น	หล่อได้เพียง 250 เมตร และเนื่องจากโครงการอยู่ระหว่างพร้อมพงษ์และทงหล่อ สามารถเดินทางไปซีอปปิ่งหรือหาของกินได้ไม่เกิน 5 นาที	และสามารถเดินมา Emporium และ Emquartier เพียง 400 เมตร

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการขายของโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

ทำเลที่ตั้งของโครงการเหล่า ทงหล่อ 13 และ โครงการครวม สุขุมวิท 26 จะเหมือนกัน คือ ตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท 55 และ 26 ตามลำดับ และมีทางเข้าออกได้หลายทาง เชื่อมกับเส้นทางหลักหลายเส้นทางที่จะไปทะลุออกได้หลายถนน เช่น ถนนเพชรบุรี ถนนอโศกมนตรี ถนนพระรามสี่ เป็นต้น ในขณะที่โครงการปัทนค สุขุมวิท 32 ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิทเลย

#### รูปแบบโครงการ

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเหล่า ทงหล่อ 13	โครงการปัทนค สุขุมวิท 32	โครงการครวม สุขุมวิท 26
ขนาดที่ดิน	1-3-63 ไร่	1-3-69 ไร่	1-3-91 ไร่
จำนวนชั้น	31 ชั้น	34 ชั้น	32 ชั้น
จำนวนยูนิต	84 ยูนิต	197 ยูนิต	126 ยูนิต
<b>รูปแบบห้องขนาด/</b>			
1 ห้องนอน		ขนาด 55 – 58 ตร.ม.	ขนาด 61 ตร.ม.
2 ห้องนอน	ขนาด 111 ตร.ม.	ขนาด 74 – 94 ตร.ม. ขนาด 94 – 99 ตร.ม. (Duplex)	ขนาด 102 –128.5 ตร.ม.
3 ห้องนอน	ขนาด 201-202 ตร.ม.	ขนาด 160 –204 ตร.ม.	ขนาด 185 -188 ตร.ม.
Penthouse 4 ห้องนอน	ขนาด 349 ตร.ม.		ขนาด 228.5 ตร.ม.
<b>จำนวนที่จอดรถ</b>			

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปัทนิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
เปอร์เซ็นต์ที่ จัดสรร	169%	99%	140%
สิทธิ์จัดสรร	2 ห้องนอน 1 Fix 3 ห้องนอน 2 Fix	Non-Fix	1 ห้องนอน 1 Fix 2 ห้องนอน 1 Fix 1 Non Fix 3 ห้องนอน 2 Fix 1 non Fix
<b>ความพิเศษ</b>			
Private Lift	✓		
No shared wall unit			✓
<b>ห้องนั่งเล่นและห้องนอน</b>			
พื้น	Engineering oak wood floor	Engineering oak wood floor	Engineering oak wood floor
ผนัง	White painted wall	White painted wall	White painted wall
<b>ห้องครัว</b>			
เคาน์เตอร์	Composited quartz	Composited marble	Composited quartz
เครื่องดูด ควันและเตา ไฟฟ้า	Bertazzoni	Kupperbusch and Teka	Gagganau
ไมโครเวฟ และเตาอบ	Bertazzoni	Kupperbusch	Gagganau
ตู้เย็น	Fisher and Paykel	Elextrolux	Siemens
ชุดครัว	Binova	Custom made	RCD
<b>ห้องน้ำ</b>			
เคาน์เตอร์	Solid surface	Composited marble	Composited marble
อ่างล้างหน้า	Duravit	Toto	Toto
สุขภัณฑ์	Duravit	Toto	Toto
ชุดอาบน้ำ	Hansgrohe	Grohe	Toto
อ่างอาบน้ำ	DM Home	Toto	Toto

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
<b>เครื่องปรับอากาศ</b>			
ประเภท	Concealed type	Concealed type	Concealed type
ยี่ห้อ	Daikin	Daikin	Mitsubishi

ที่มา: ข้อมูลโดยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการขายของโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

รูปแบบโครงการทั้ง 3 โครงการมีขนาดที่ดินเฉลี่ย 700 ตรวา. ความสูงเฉลี่ย 32 ชั้น ขนาดห้องชุดเฉลี่ย คือ 1 ห้องนอนเฉลี่ย 58 ตรม. 2 ห้องนอนเฉลี่ย 100 ตรม. 3 ห้องนอนเฉลี่ย 180 ตรม. เป็นต้น ที่จอดรถเฉลี่ยอยู่ที่ 134% วัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดที่เหมือนกัน คือ พื้นจะเป็นพื้นไม้ Engineering oak wood floor ผนังจะเป็นผนังฉาบปูนเรียบทาสีขาว และติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบฝังฝ้า ห้องครัวและห้องน้ำเตรียมไว้ให้พร้อมใช้เหมือนกัน แต่อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องครัวและห้องน้ำจะแตกต่างกัน

#### สิ่งอำนวยความสะดวก

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
Lobby	✓	✓	✓
Lounge and Library	✓	✓	✓
Swimming pool	✓	✓	✓
Kid pool	✓		
Gym	✓	✓	✓
Yoga room	✓	✓	✓
Steam room	✓		✓
Spa room	✓		
Meeting Room	✓	✓	
Children play room	✓	✓	
Sky Garden		✓	

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	โครงการปิ่นนิต สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
Courtyard	✓		✓

ที่มา: ข้อมูลสถิติภูมิจากกการรวบรวมเอกสารการขายของโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ สิ่งที่มีเหมือนกัน คือ Lobby, Lounge and Library, Swimming pool, Gym และ Yoga room เหล่านี้คือสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่ต้องมี นอกนั้นคือความพิเศษของแต่ละโครงการออกแบบ เช่น Steam room, Spa room, Meeting Room, Children play room และ Courtyard เป็นต้น

#### ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	โครงการปิ่นนิต สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ราคา	เฉลี่ย 300,000 บาทต่อ ตรม.	เฉลี่ย 300,000 บาทต่อ ตรม.	เฉลี่ย 280,000 บาทต่อ ตรม.
<b>เงื่อนไขการชำระเงิน</b>			
จอง	200,000 บาท สำหรับ 2 ห้องนอน 300,000 บาท สำหรับ 3 ห้องนอน and penthouse	100,000 บาท สำหรับ 1 ห้องนอน 200,000 บาท สำหรับ 2 ห้องนอน 300,000 บาท สำหรับ 2 ห้องนอน พลัส และ ดู เพิล็ค 400,000 บาท สำหรับ 3 ห้องนอน	100,000 บาท สำหรับ 1 ห้องนอน 200,000 บาท สำหรับ 2 ห้องนอน 300,000 บาท สำหรับ 3 ห้องนอน and penthouse
ทำสัญญา	10%	5%	5%
ผ่อนดาวน์	20%	15%	20%
โอน กรรมสิทธิ์	70%	80%	75%
ค่าส่วนกลาง (บาท/ตรม.)	120 บาท	90 บาท	100 บาท
ค่ากองทุน	1,000 บาท	900 บาท	1,200 บาท

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปัทนิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
รวมสะสม (บาท/ต่อ ตรม.)			

ที่มา: ข้อมูลวิทยุภูมิจากกการรวบรวมเอกสารการขายของโครงการกรณศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน แต่ละโครงการมีความแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยการผ่อนดาวน์:การโอนกรรมสิทธิ์ จะอยู่ที่ 25%:75% เฉลี่ยค่าส่วนกลางอยู่ที่ 100 บาทต่อตรม. และเฉลี่ยค่ากองทุนรวมสะสมอยู่ที่ 1,000 บาทต่อตรม.

#### โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปัทนิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ส่วนลดเงิน สด	✓	✓	✓
Gift voucher	✓		

ที่มา: ข้อมูลวิทยุภูมิจากกการรวบรวมเอกสารการขายของโครงการกรณศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย สิ่งดึงดูดใจผู้ซื้อที่ทั้ง 3 โครงการต้องมี คือ ส่วนลดเงินสด ซึ่งตรงกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการ กล่าวว่า ส่วนลดเงินสดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำมากกว่าเฟอร์นิเจอร์แพ็คเกจหรือบัตรกำนัล

#### การบริการ

รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปัทนิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
Concierge service	✓	✓	✓
Repair service			✓
Housekeepi			✓



รายละเอียด/ โครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปิ่นนิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ng service			
Laundry service			✓
Grocery shopping service			✓
Catering service	✓		
Spa Service	✓		
Diamond Lounge Member	✓		

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการขายของโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

แต่ละโครงการจัดเตรียมการบริการที่แตกต่างกันไป แต่สิ่งหนึ่งที่ทั้ง 3 โครงการมีเหมือนกัน คือ Concierge service พนักงานที่คอยอำนวยความสะดวกให้กับลูกบ้าน ทั้งยกของ ฝากของ ประสานงาน เป็นต้น ซึ่งตรงกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการ พบว่า ความใส่ใจดูแลในการบริการของพนักงานทั้งก่อนและหลังการขายส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด

จากข้อมูลข้างต้น สรุปลักษณะโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 โครงการ คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าออกได้หลายที่หรือตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ เพื่อเลี่ยงปัญหาจราจร รายล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งการเดินทางและการใช้ชีวิต อาคารเป็นอาคารสูงเฉลี่ย 32 ชั้น ห้องชุดขนาดใหญ่ หนึ่งห้องนอนเฉลี่ย 58 ตารางเมตร สองห้องนอนเฉลี่ย 100 ตารางเมตร สามห้องนอนเฉลี่ย 180 ตารางเมตร เป็นต้น ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 290,000 บาทต่อตารางเมตร ค่าส่วนกลางเฉลี่ยอยู่ที่ 100 บาทต่อตารางเมตร และค่ากองทุนรวมสะสมเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000 บาทต่อตารางเมตร โปรโมชันที่ทั้ง 3 โครงการมีเหมือนกัน คือ ส่วนลดเงินสด สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการชั้นพื้นฐาน ได้แก่ Lobby, Lounge and Library, Swimming pool, Gym และ Yoga room ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษแล้วแต่ผู้ประกอบการจะออกแบบ ได้แก่ Kid pool, Steam room, Spa room, Meeting room, และ Children play room เป็นต้น การบริการชั้นพื้นฐานที่ทั้ง 3 โครงการมี คือ Concierge service ส่วนบริการที่พิเศษอื่นๆแล้วแต่ผู้ประกอบการจะออกแบบเพื่อดึงดูดผู้ซื้อ ได้แก่

Housekeeping service, Laundry service, Grocery service, Catering service และ Spa service เป็นต้น

#### 4.2 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวี

ผู้วิจัยนำข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษาที่มีการลงลายมือชื่อในสัญญาจะซื้อจะขายเรียบร้อยแล้วและเริ่มผ่อนค่างแล้ว ณ เดือนสิงหาคม ตัวอย่างมาวิเคราะห์และ 142 จำนวน 2559 นำเสนอตามวัตถุประสงค์ข้อ ดังนี้

##### 4.2.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง

ตารางที่ 11 ลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง

ลักษณะทางสังคม	โครงการเหล่าทองหล่อ 13		โครงการปีนิต สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง	ช่วงอายุ							
	ต่ำกว่า 30	0	0.00	1	0.70	1	0.70	2 (1.41)
	30 -40	2	1.41	2	1.41	5	3.52	9 (6.34)
	41 -50	4	2.82	4	2.82	7	4.93	15 (10.56)
	51 -60	3	2.11	0	0.00	7	4.93	10 (7.04)
	มากกว่า 61	0	0.00	1	0.70	6	4.23	7 (4.93)
	รวม	9	6.34	8	5.63	26	18.31	43 (30.28)
	สถานภาพ							
	โสด	3	2.11	3	2.11	2	1.41	8 (5.59)
	สมรส	6	4.23	2	1.41	16	11.27	24 (16.90)
	ไม่ระบุ	0	0.00	3	2.11	8	5.63	11 (7.75)
	รวม	9	6.34	8	5.63	26	18.31	43 (30.28)
	ระดับการศึกษา							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0.00	1	0.70	4	2.82	5 (3.52)	
ปริญญาตรี	7	4.93	3	2.11	14	9.86	24 (16.90)	
ปริญญาโท	2	1.41	4	2.82	7	4.93	13 (9.15)	

ลักษณะทาง สังคม	โครงการเหล่า ทอกล้อ 13		โครงการปัทนิต สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
ปริญญาเอก	0	0.00	0	0.00	1	0.70	1 (0.70)
<b>รวม</b>	9	6.34	8	5.63	26	18.31	43 (30.28)
<b>ที่พักอาศัยปัจจุบัน</b>							
กรุงเทพฯชั้นใน	4	2.82	1	0.70	16	11.27	21 (14.79)
กรุงเทพฯ ชั้นกลาง	2	1.41	1	0.70	2	1.41	5 (3.52)
กรุงเทพฯ ชั้นนอก	1	0.70	0	0.00	0	0.00	1 (0.70)
ปริมณฑล	2	1.41	2	1.41	3	2.11	7 (4.93)
ต่างจังหวัด	0	0.00	1	0.70	0	0.00	1 (0.70)
ต่างประเทศ	0	0.00	3	2.11	5	3.52	8 (5.59)
<b>รวม</b>	9	6.34	8	5.63	26	18.31	43 (30.28)

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559  
ที่มา: กองควบคุมและจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. “การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ปี 2544” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://203.155.220.230/m.info/nowbma>. สืบค้น 1 เมษายน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากข้อมูลข้างต้นทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษา ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 10.56 สถานภาพสมรส ร้อยละ 16.90 จบการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 16.90 ที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯชั้นใน ร้อยละ 14.79 และมีที่พักอาศัยอยู่ต่างประเทศถึงร้อยละ 5.59

ตารางที่ 12 ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	โครงการเทล่า ทงหล่อ 13		โครงการบีทนิค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
<b>อาชีพ</b>							
พนักงานบริษัท	2	1.41	1	0.70	3	2.11	6 (4.23)
เจ้าของกิจการ	6	4.23	4	2.82	9	6.34	19 (13.38)
แพทย์	0	0.00	0	0.00	1	0.70	1 (0.70)
อื่นๆ ได้แก่ สถาปนิก ผู้ตรวจสอบ บัญชี ทนาย นักแสดง แม่บ้าน	1	0.70	2	1.41	9	6.34	12 (8.45)
ไม่ระบุ	0	0.00	1	0.70	4	2.82	5 (3.52)
รวม	9	6.34	8	5.63	26	18.31	43 (30.28)
<b>รายได้ส่วนตัวต่อเดือน</b>							
100,001 – 200,000 บาท	0	0.00	0	0.00	2	1.41	2 (1.41)
200,001 – 300,000 บาท	3	2.11	4	2.82	8	5.63	15 (10.56)
300,001 – 400,000 บาท	0	0.00	1	0.70	2	1.41	3 (2.11)
400,001 – 500,000 บาท	2	1.41	2	1.41	7	4.93	11 (7.75)
มากกว่า 500,000 บาท	4	2.82	0	0.00	3	2.11	7 (4.93)
ไม่ระบุ	0	0.00	1	0.70	4	2.82	5 (3.52)
รวม	9	6.34	8	5.63	26	18.31	43 (30.28)

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

จากข้อมูลข้างต้นทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษา ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์วีส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 13.38 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท (ระดับผู้บริหาร) ร้อยละ 4.23 และอื่นๆ เช่น สถาปนิก ผู้ตรวจสอบบัญชี ทนาย นักแสดง เป็นต้น อีกร้อยละ 8.45 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-300,000 บาท ร้อยละ 10.56

#### 4.2.2 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน

ตารางที่ 13 ลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน

ลักษณะทางสังคม	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13		โครงการพีทนิค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
<b>ช่วงอายุ</b>							
ต่ำกว่า 30	0	0.00	0	0.00	1	0.70	1 (0.70)
30 -40	7	4.93	1	0.70	4	2.82	12 (8.45)
41 -50	7	4.93	2	1.41	13	9.15	22 (15.49)
51 -60	1	0.70	5	3.52	8	5.63	14 (9.86)
มากกว่า 61	2	1.41	2	1.41	4	2.82	8 (5.63)
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>11.97</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>30</b>	<b>21.13</b>	<b>57 (40.14)</b>
<b>สถานภาพ</b>							
โสด	10	7.04	1	0.70	3	2.11	14 (9.86)
สมรส	6	4.23	6	4.23	19	13.38	31 (21.83)
ไม่ระบุ	1	0.70	3	2.11	8	5.63	12 (8.45)
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>11.97</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>30</b>	<b>21.13</b>	<b>57 (40.14)</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	1.41	4	2.82	8	5.63	14 (9.86)
ปริญญาตรี	9	6.34	4	2.82	11	7.75	24 (16.90)
ปริญญาโท	6	4.23	2	1.41	7	4.93	15 (10.56)
ปริญญาเอก	0	0.00	0	0.00	4	2.82	4 (2.82)
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>11.97</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>30</b>	<b>21.13</b>	<b>57 (40.14)</b>
<b>ที่พักอาศัยปัจจุบัน</b>							

ลักษณะทางสังคม	โครงการเหล่าทองหล่อ 13		โครงการปิ่นตอก 32		โครงการครามสุโขทัย 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
กรุงเทพฯชั้นใน	9	6.34	3	2.11	14	9.86	26 (18.31)
กรุงเทพฯชั้นกลาง	2	1.41	3	2.11	1	0.70	6 (4.23)
กรุงเทพฯชั้นนอก	0	0.00	1	0.70	3	2.11	4 (2.82)
ปริมณฑล	3	2.11	1	0.70	6	4.23	10 (7.04)
ต่างจังหวัด	3	2.11	0	0.00	2	1.41	5 (3.52)
ต่างประเทศ	0	0.00	2	1.41	4	2.82	6 (4.23)
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>11.97</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>30</b>	<b>21.13</b>	<b>57 (40.14)</b>

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

ที่มา: กองควบคุมและจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. “การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ปี 2544” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://203.155.220.230/m.info/nowbma>. สืบค้น 1 เมษายน 2560

จากข้อมูลข้างต้นทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษา ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 15.49 สถานภาพสมรส ร้อยละ 21.83 จบการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 16.90 พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯชั้นใน ร้อยละ 18.31 และมีพักอาศัยอยู่ต่างประเทศถึงร้อยละ 4.23

ตารางที่ 14 ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	โครงการเหล่าทองหล่อ 13		โครงการปิ่นตอก 32		โครงการครามสุโขทัย 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
ชื่อเพื่อการลงทุน	อาชีพ							
	พนักงานบริษัท	3	2.11	1	0.70	4	2.82	8 (5.63)
	เจ้าของกิจการ	6	4.23	5	3.52	10	7.04	21 (14.79)
	แพทย์	0	0.00	0	0.00	3	2.11	3 (2.11)

ลักษณะทาง เศรษฐกิจ	โครงการเหล่า ทอกล้อ 13		โครงการปัทนค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
อื่นๆ ได้แก่ ผู้ ตรวจสอบบัญชี นักบิน เจ้าหน้าที่รัฐ แม่บ้าน เกษียณ	3	2.11	3	2.11	2	1.41	8 (5.63)
ไม่ระบุ	5	3.52	1	0.70	11	7.75	17 (11.97)
รวม	17	11.97	10	7.04	30	21.13	57 (40.14)
<b>รายได้ส่วนตัวต่อเดือน</b>							
100,001 - 200,000 บาท	1	0.70	4	2.82	5	3.52	10 (7.04)
200,001 - 300,000 บาท	9	6.34	3	2.11	3	2.11	15 (10.56)
300,001 - 400,000 บาท	0	0.00	2	1.41	3	2.11	5 (3.52)
400,001 - 500,000 บาท	1	0.70	0	0.00	4	2.82	5 (3.52)
มากกว่า 500,000 บาท	1	0.70	0	0.00	4	2.82	5 (3.52)
ไม่ระบุ	5	3.52	1	0.70	11	7.75	17 (11.97)
รวม	17	11.97	10	7.04	30	21.13	57 (40.14)

ที่มา: ข้อมูลสถิติภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

จากข้อมูลข้างต้น ทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษา ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 14.79 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท (ระดับผู้บริหาร) ร้อยละ 5.63 และอื่นๆ เช่น ผู้ตรวจสอบบัญชี นักบิน เจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น อีกร้อยละ 5.63 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-300,000 บาท ร้อยละ 10.56

#### 4.2.3 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

ตารางที่ 15 ลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

ลักษณะทางสังคม	โครงการเตล่ำทองหล่อ 13		โครงการปิ่นนิกสุขุมวิท 32		โครงการครามสุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
<b>ช่วงอายุ</b>							
ต่ำกว่า 30	0	0.00	0	0.00	1	0.70	1 (0.70)
30 -40	1	0.70	0	0.00	4	2.82	5 (3.52)
41 -50	4	2.82	6	4.23	7	4.93	17 (11.97)
51 -60	3	2.11	3	2.11	5	3.52	11 (7.75)
มากกว่า 61	1	0.70	1	0.70	6	4.23	8 (5.63)
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>6.34</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>23</b>	<b>16.20</b>	<b>42 (29.58)</b>
<b>สถานภาพ</b>							
โสด	1	0.70	0	0.00	2	1.41	3 (2.11)
สมรส	8	5.63	7	4.93	15	10.56	30 (21.13)
ไม่ระบุ	0	0.00	3	2.11	6	4.23	9 (6.34)
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>6.34</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>23</b>	<b>16.20</b>	<b>42 (29.58)</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	1.41	1	0.70	4	2.82	7 (4.93)
ปริญญาตรี	5	3.52	5	3.52	12	8.45	22 (15.49)
ปริญญาโท	0	0.00	4	2.82	6	4.23	10 (7.04)
ปริญญาเอก	2	1.41	0	0.00	1	0.70	3 (2.11)
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>6.34</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>23</b>	<b>16.20</b>	<b>42 (29.58)</b>
<b>ที่พักอาศัยปัจจุบัน</b>							
กรุงเทพฯ ชั้นใน	2	1.41	5	3.52	11	7.75	18 (12.68)
กรุงเทพฯ ชั้นกลาง	5	3.52	0	0.00	4	2.82	9 (6.34)
กรุงเทพฯ ชั้นนอก	0	0.00	1	0.70	6	4.23	7 (4.93)



ลักษณะทางสังคม	โครงการเหล่าทองหล่อ 13		โครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
ปริมณฑล	1	0.70	2	1.41	1	0.70	4 (2.82)
ต่างจังหวัด	1	0.70	0	0.00	1	0.70	2 (1.41)
ต่างประเทศ	0	0.00	2	1.41	0	0.00	2 (1.41)
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>6.34</b>	<b>10</b>	<b>7.04</b>	<b>23</b>	<b>16.20</b>	<b>42 (29.58)</b>

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

ที่มา: กองควบคุมและจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. “การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ปี 2544” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://203.155.220.230/m.info/nowbma>. สืบค้น 1 เมษายน

2560

จากข้อมูลข้างต้นทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษา ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 11.97 สถานภาพสมรส ร้อยละ 21.13 จบการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 15.49 พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ชั้นใน ร้อยละ 12.68 และมีพักอาศัยอยู่ต่างประเทศถึงร้อยละ 1.41

ตารางที่ 16 ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	โครงการเหล่าทองหล่อ 13		โครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
<b>อาชีพ</b>							
พนักงานบริษัท	0	0.00	3	2.11	1	0.70	4 (2.82)
เจ้าของกิจการ	6	4.23	3	2.11	11	7.75	20 (14.08)
แพทย์	2	1.41	0	0.00	0	0.00	2 (1.41)
อื่นๆ ได้แก่ สถาปนิก วิศวกร อาจารย์ สอน ผู้ผลิตสื่อ โฆษณา	0	0.00	1	0.70	6	4.23	7 (4.93)

ลักษณะทาง เศรษฐกิจ	โครงการเหล่า ทอหล่อ 13		โครงการปัทนิต สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
เจ้าหน้าที่รัฐ เกษียณ							
ไม่ระบุ	1	0.70	3	2.11	5	3.52	9 (6.34)
รวม	9	6.34	10	7.04	23	16.20	42 (29.58)
<b>รายได้ส่วนตัวต่อเดือน</b>							
100,001 – 200,000 บาท	1	0.70	3	2.11	6	4.23	10 (7.04)
200,001 – 300,000 บาท	6	4.23	3	2.11	8	5.63	17 (11.97)
300,001 – 400,000 บาท	0	0.00	0	0.00	2	1.41	2 (1.41)
400,001 – 500,000 บาท	1	0.70	1	0.70	0	0.00	2 (1.41)
มากกว่า 500,000 บาท	0	0.00	0	0.00	2	1.41	2 (1.41)
ไม่ระบุ	1	0.70	3	2.11	5	3.52	9 (6.34)
รวม	9	6.34	10	7.04	23	16.20	42 (29.58)

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

จากข้อมูลข้างต้นทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษา ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 14.08 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท (ระดับผู้บริหาร) ร้อยละ 2.82 และอื่นๆ เช่น วิศวกร อาจารย์สอน ผู้ผลิตสื่อโฆษณา เป็นต้น อีกร้อยละ 4.93 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-300,000 บาท ร้อยละ 11.97

จากข้อมูลข้างต้นทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื่อนำมาสรุป ดังนี้

ตารางที่ 17 สรุปลักษณะทางสังคมของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

ลักษณะทางสังคม	โครงการเช่า ห้องต่อ 13		โครงการปีพินิค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
<b>ช่วงอายุ</b>								
อยู่เอง	30 -40	2	1.41	2	1.41	5	3.52	9 (6.34)
	41 -50	4	2.82	4	2.82	7	4.93	15 (10.56)
	51 -60	3	2.11	0	0.00	7	4.93	10 (7.04)
ลงทุน	30 -40	7	4.93	1	0.70	4	2.82	12 (8.45)
	41 -50	7	4.93	2	1.41	13	9.15	22 (15.49)
	51 -60	1	0.70	5	3.52	8	5.63	14 (9.86)
ทรัพย์สิน	30 -40	1	0.70	0	0.00	4	2.82	5 (3.52)
	41 -50	4	2.82	6	4.23	7	4.93	17 (11.97)
	51 -60	3	2.11	3	2.11	5	3.52	11 (7.75)
<b>สถานภาพ</b>								
อยู่เอง	โสด	3	2.11	3	2.11	2	1.41	8 (5.59)
	สมรส	6	4.23	2	1.41	16	11.27	24 (16.90)
ลงทุน	โสด	10	7.04	1	0.70	3	2.11	14 (9.86)
	สมรส	6	4.23	6	4.23	19	13.38	31 (21.83)
ทรัพย์สิน	โสด	1	0.70	0	0.00	2	1.41	3 (2.11)
	สมรส	8	5.63	7	4.93	15	10.56	30 (21.13)
<b>ระดับการศึกษา</b>								
อยู่เอง	ปริญญาตรี	7	4.93	3	2.11	14	9.86	24 (16.90)
	ปริญญาโท	2	1.41	4	2.82	7	4.93	13 (9.15)
ลงทุน	ปริญญาตรี	9	6.34	4	2.82	11	7.75	24 (16.90)
	ปริญญาโท	6	4.23	2	1.41	7	4.93	15 (10.56)
ทรัพย์สิน	ปริญญาตรี	5	3.52	5	3.52	12	8.45	22 (15.49)
	ปริญญาโท	0	0.00	4	2.82	6	4.23	10 (7.04)
<b>ที่พักอาศัยปัจจุบัน</b>								
อ	กรุงเทพมหานคร	4	2.82	1	0.70	16	11.27	21 (14.79)

	ลักษณะทางสังคม	โครงการเหล่าทองหล่อ 13		โครงการปัทมวิฑิต 32		โครงการครามสุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
	กรุงเทพฯ ชั้นกลาง	2	1.41	1	0.70	2	1.41	5 (3.52)
	ปริมณฑล	2	1.41	2	1.41	3	2.11	7 (4.93)
	ต่างประเทศ	0	0.00	3	2.11	5	3.52	8 (5.59)
ซื้อเพื่อลงทุน	กรุงเทพฯ ชั้นใน	9	6.34	3	2.11	14	9.86	26 (18.31)
	กรุงเทพฯ ชั้นกลาง	2	1.41	3	2.11	1	0.70	6 (4.23)
	ปริมณฑล	3	2.11	1	0.70	6	4.23	10 (7.04)
	ต่างประเทศ	0	0.00	2	1.41	4	2.82	6 (4.23)
ซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน	กรุงเทพฯ ชั้นใน	2	1.41	5	3.52	11	7.75	18 (12.68)
	กรุงเทพฯ ชั้นกลาง	5	3.52	0	0.00	4	2.82	9 (6.34)
	ปริมณฑล	1	0.70	2	1.41	1	0.70	4 (2.82)
	ต่างประเทศ	0	0.00	2	1.41	0	0.00	2 (1.41)

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

ช่วงอายุ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการปัทมวิฑิตอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปีมากที่สุดเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการครามอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปีเท่ากับผู้ซื้อในช่วงอายุ 51-60 ปี

กลุ่มผู้ซื้อเพื่อการลงทุน ผู้ซื้อโครงการเหล่าอยู่ในช่วง 30-40 ปีมากที่สุดเท่ากับช่วงอายุ 41-50 ปี ผู้ซื้อโครงการครามอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปีมากที่สุด และผู้ซื้อโครงการปัทมวิฑิตอยู่ในช่วง 51-60 ปีมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปีเหมือนกัน

สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามสถานภาพสมรสมากที่สุดเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการปัทมวิฑิตสถานภาพโสดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน ผู้ซื้อโครงการปัทมวิฑิตและโครงการครามสถานภาพสมรสมากที่สุดเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าสถานภาพโสดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาสถานภาพสมรสมากที่สุดเหมือนกัน

ที่พักอาศัยปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อโครงการบิคนิคและโครงการครามพักอาศัยอยู่ต่างประเทศเหมือนกัน แต่ผู้โครงการเกล้าไม่มีผู้ที่พักอาศัยอยู่ต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน ผู้ซื้อโครงการบิคนิคและโครงการครามพักอาศัยอยู่ต่างประเทศเหมือนกัน แต่ผู้โครงการเกล้าไม่มีผู้ที่พักอาศัยอยู่ต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ซื้อโครงการบิคนิคพักอาศัยอยู่ต่างประเทศ แต่ผู้โครงการเกล้าและโครงการครามไม่มีผู้ที่พักอาศัยอยู่ต่างประเทศเหมือนกัน

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ซื้อเพื่อการลงทุน และซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์หรืออยู่ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 38.02 รองลงมาช่วงอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 24.65 สถานภาพสมรส ร้อยละ 59.85 จบการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 49.29 พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ชั้นใน ร้อยละ 45.77 และผู้ซื้อที่พักอาศัยอยู่ต่างประเทศมีวัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเองมากที่สุด

ตารางที่ 18 สรุปลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	โครงการเกล้า ทองหล่อ 13		โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
<b>อาชีพ</b>								
อยู่เอง	เจ้าของกิจการ	6	4.23	4	2.82	9	6.34	19 (13.38)
	พนักงานบริษัท	2	1.41	1	0.70	3	2.11	6 (4.23)
	แพทย์	0	0.00	0	0.00	1	0.70	1 (0.70)
ลงทุน	เจ้าของกิจการ	6	4.23	5	3.52	10	7.04	21 (14.79)
	พนักงานบริษัท	3	2.11	1	0.70	4	2.82	8 (5.63)
	แพทย์	0	0.00	0	0.00	3	2.11	3 (2.11)
ทรัพย์สิน	เจ้าของกิจการ	6	4.23	3	2.11	11	7.75	20 (14.08)
	พนักงานบริษัท	0	0.00	3	2.11	1	0.70	4 (2.82)
	แพทย์	2	1.41	0	0.00	0	0.00	2 (1.41)
<b>รายได้ส่วนตัวต่อเดือน</b>								
อ	200,001 -	3	2.11	4	2.82	8	5.63	15 (10.56)

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	โครงการเหล่าทองหล่อ 13		โครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32		โครงการคราม สุขุมวิท 26		สรุป (คน) (ร้อยละ)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
300,000 บาท								
300,001 – 400,000 บาท	0	0.00	1	0.70	2	1.41	3 (2.11)	
400,001 – 500,000 บาท	2	1.41	2	1.41	7	4.93	11 (7.75)	
มากกว่า 500,000 บาท	4	2.82	0	0.00	3	2.11	7 (4.93)	
ซื้อเพื่อการลงทุน	200,001 – 300,000 บาท	9	6.34	3	2.11	3	2.11	15 (10.56)
	300,001 – 400,000 บาท	0	0.00	2	1.41	3	2.11	5 (3.52)
	400,001 – 500,000 บาท	1	0.70	0	0.00	4	2.82	5 (3.52)
	มากกว่า 500,000 บาท	1	0.70	0	0.00	4	2.82	5 (3.52)
ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	200,001 – 300,000 บาท	6	4.23	3	2.11	8	5.63	17 (11.97)
	300,001 – 400,000 บาท	0	0.00	0	0.00	2	1.41	2 (1.41)
	400,001 – 500,000 บาท	1	0.70	1	0.70	0	0.00	2 (1.41)
	มากกว่า 500,000 บาท	0	0.00	0	0.00	2	1.41	2 (1.41)

ที่มา: ข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมแบบสอบถามของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา ณ เดือนสิงหาคม 2559

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุดเหมือนกัน

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด  
เหมือนกัน

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด  
เหมือนกัน ผู้ซื้อโครงการบิคนิคและโครงการครามมีอาชีพพนักงานบริษัท (ระดับผู้บริหาร) เหมือนกัน แต่ผู้  
ซื้อโครงการเหล่าไม่มีอาชีพพนักงานบริษัท

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษามีรายได้  
ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-300,000 บาทมากที่สุดเหมือนกัน

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษามีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-  
300,000 บาทมากที่สุดเหมือนกัน

กลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษามีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-  
300,000 บาทมากที่สุดเหมือนกัน

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ซื้อเพื่อการลงทุน และซื้อเพื่อเก็บเป็น  
ทรัพย์สิน ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 42.25 รองลงมา  
พนักงานบริษัท (ระดับผู้บริหาร) ร้อยละ 12.68 ที่เหลือเป็นทั้งสถาปนิก วิศวกร ผู้ตรวจสอบบัญชี ทนาย  
นักบิน เจ้าหน้าที่รัฐ แม่บ้าน เป็นต้น อีกร้อยละ 19.01 มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ที่ 200,001-300,000  
บาท แต่เปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองจะมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ  
เพื่อการลงทุนและเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน โดยรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 400,001-500,000 และมากกว่า  
500,000 บาท ร้อยละ 7.75 และ 4.93 ตามลำดับ

## บทที่ 5

### กระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโครงการกรณีศึกษา

ผลจากการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น หัวข้อ ดังนี้ 3

- 5.1 วิธีดำเนินงานขายของโครงการกรณีศึกษา
- 5.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา
- 5.3 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
- 5.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรี

#### 5.1 วิธีดำเนินงานขายของโครงการกรณีศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและรับผิดชอบด้านการขาย ตัวแทนจากผู้ประกอบการโครงการ  
เทล่า ทองหล่อ 13 โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26 ดังนี้

ตารางที่ 19 บทสัมภาษณ์วิธีดำเนินงานขายของโครงการกรณีศึกษา

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและรับผิดชอบด้านการขาย ตัวแทนจากผู้ประกอบการ	วิธีดำเนินงานขาย
1 .คุณสุกฤษฎี เลี้ยงสุขสันต์ ตำแหน่ง Senior Ast .Manager โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	<ul style="list-style-type: none"><li>- “พนักงานขายติดต่อลูกค้าเก่า เพื่อเสนอโครงการจากนั้นนัดพรีเซ็นต์โครงการ”</li><li>- “ผู้ประกอบการจัดงานอีเวนท์ เชิญลูกค้าเก่า-ลูกค้า VIP ร่วมงานเปิดตัว”</li><li>- “พนักงานขายพาชมห้องตัวอย่าง ห้องตัวอย่างจะสร้างความมั่นใจและสร้างอารมณ์ความอยากซื้อแก่ลูกค้า”</li></ul>
2 .คุณอภิรมย์ สภาอนุชาต ตำแหน่ง Senior Sales Executive โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32	<ul style="list-style-type: none"><li>- “พนักงานขายนัดลูกค้าออกไปนำเสนอโครงการข้างนอก”</li><li>- “ส่งการ์ดเชิญออกไปเรียนเชิญให้มางานเปิดตัวโครงการ”</li><li>- “ลูกค้าชมห้องตัวอย่าง ทำให้ลูกค้าเห็นภาพจริงและสร้างอารมณ์ให้อยากซื้อ และคุยเรื่องราคาให้”</li><li>- “ลูกค้าคุ้นเคยกับเซลล์ ประทับใจในการดูแลลูกค้าตามมาซื้อโครงการอีก”</li></ul>
3 .คุณบดินทร์ สันติธรรม ตำแหน่ง Marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>- “แจ้งข่าวโครงการใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้าเก่าโดยตรง</li></ul>



Executive โครงการคราม สุขุมวิท 26	ทางโทรศัพท์” - “หากลูกค้าเข้ามาชมห้องตัวอย่าง ความเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจซื้อจะสูงขึ้น” - “ทีม CRM บริการลูกค้าหลังการขาย ช่วยประสานงานแก้ปัญหาต่างๆ เมื่อลูกค้าประทับใจ จึงกลับมาซื้อโครงการต่อมาอีก”
-----------------------------------	---

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการโครงการกรณีศึกษา

ตารางที่ 20 วิเคราะห์วิธีดำเนินงานขายของโครงการกรณีศึกษา

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและรับผิดชอบด้านการขาย ตัวแทนจากผู้ประกอบการ			สรุป
1คุณสุกฤษฎี เลียง . สุขสันต์ โครงการเท ล่า ทองหล่อ13	2คุณอภิรมย์ สภาณุ . ชาติ โครงการปัทม สุขุมวิท32	3คุณบดินทร์ สันติ . ธรรม โครงการคราม สุขุมวิท26	
1. <u>พนักงานขายติดต่อลูกค้าเก่า เพื่อเสนอโครงการ</u>		1. <u>แจ้งข่าวโครงการใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้าเก่าโดยตรงทางโทรศัพท์</u>	พนักงานขายติดต่อหาลูกค้าเก่าที่เคยซื้อโครงการก่อนหน้านี้ที่
2. <u>นัดพรีเซ็นต์โครงการ</u>	1. <u>พนักงานขายนัดลูกค้าออกไปนำเสนอโครงการข้างนอก</u>		พนักงานขายนัดลูกค้า เพื่อนำเสนอโครงการ
3. <u>ผู้ประกอบการจัดงานอีเว้นท์ เชิญลูกค้าเก่า-ลูกค้า VIP ร่วมงานเปิดตัว</u>	2. <u>ส่งการ์ดเชิญออกไปเรียนเชิญให้มางานเปิดตัวโครงการ</u>		ส่งการ์ดเชิญให้มาร่วมงานอีเว้นท์ เช่น งานเปิดตัวโครงการ เป็นต้น
4. <u>พนักงานขายพาชมห้องตัวอย่าง ห้องตัวอย่างจะสร้างความมั่นใจและสร้างอารมณ์ความอยากซื้อแก่ลูกค้า</u>	3. <u>ลูกค้าชมห้องตัวอย่างทำให้ลูกค้าเห็นภาพจริงและสร้างอารมณ์ให้อยากซื้อ</u>	2. <u>หากลูกค้าเข้ามาชมห้องตัวอย่าง ความเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจซื้อจะสูงขึ้น</u>	พนักงานขายพาชมห้องตัวอย่าง
	4. <u>คุยเรื่องราคาให้</u>		พนักงานขายต่อราคาให้ผู้ซื้อ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและรับผิดชอบด้านการขาย ตัวแทนจากผู้ประกอบการ			สรุป
1.คุณสุกฤษฎี เลียง . สุขสันต์ โครงการเท ล่า ทองหล่อ13	2.คุณอภิรมย์ สภาณุ . ชาติ โครงการปัทนิค สุขุมวิท32	3.คุณบดินทร์ สันติ . ธรรม โครงการคราม สุขุมวิท26	
	5. <u>ลูกค้าคุ้นเคยกับเซลล์</u> <u>ประทับใจในการดูแล</u> <u>ลูกค้าตามมาซื้อโครงการ</u> <u>อื่น</u>	3. ทีม CRM บริการ ลูกค้าหลังการขาย ช่วย ประสานงานแก้ปัญหา ต่างๆ เมื่อลูกค้า ประทับใจ จึงกลับมาซื้อ โครงการต่อมาอีก	พนักงานขายตาม ลูกค้าให้มาซื้อ โครงการใหม่อีก

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ข้างต้น จึงสรุปวิธีดำเนินงานขายได้ ดังนี้

1. ประชาสัมพันธ์โครงการ (พนักงานขายติดต่อหาลูกค้าเก่าที่เคยซื้อโครงการก่อนหน้านี้)
2. นำเสนอโครงการ (พนักงานขายนัดลูกค้าเพื่อนำเสนอข้อมูลโครงการ)
3. ส่งการ์ดเชิญให้มาร่วมงานอีเว้นท์ (อีเว้นท์งานเปิดตัวโครงการ เป็นต้น)
4. พนักงานขายพาชมห้องตัวอย่าง
5. เຈรจาต่อรอง (พนักงานขายต่อราคาให้ผู้ซื้อ)
6. ประชาสัมพันธ์โครงการใหม่ (พนักงานขายตามลูกค้าให้มาซื้อโครงการใหม่อีก)

## 5.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน โดยแยกตามวัตถุประสงค์การซื้อ นำมาเปรียบเทียบกับวิธีดำเนินงานขาย ดังนี้

### 5.2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง

ตารางที่ 21 สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง

	กระบวนการตัดสินใจซื้อ	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	โครงการปัทนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ซื้อเพื่อพักอาศัย เอง	1.ตระหนักถึงความ ต้องการซื้อ	มีนิติบุคคลคอยดูแล บริการ		
		สะดวกสบาย ใกล้เคียง สิ่งอำนวยความสะดวก	สะดวกสบาย ใกล้เคียง สิ่งอำนวยความสะดวก	สะดวกสบาย ใกล้เคียง สิ่งอำนวยความสะดวก

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิณฑิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
	สะดวก	สะดวก	สะดวก
	ต้องการที่พักใน เมือง		ต้องการที่พักใน เมือง
		ใช้เป็นบ้านหลังที่ สอง	
		ชอบอยู่ที่สูง	
			มีระบบรักษาความ ปลอดภัย
<b>2 .แสวงหาข่าวสาร</b>			
2.1 วิธีการรู้จักโครงการ	ทางโทรศัพท์	ทางโทรศัพท์	ทางโทรศัพท์
	ทางอีเมลล์		
	ทางไปรษณีย์	ทางไลน์	ทางไปรษณีย์
2.2 วิธีการเริ่มหาข้อมูล โครงการ	พนักงานขายนำ ข้อมูลมาให้ดู	พนักงานขายนำ ข้อมูลมาให้ดู	พนักงานขายนำ ข้อมูลมาให้ดู
	ผู้ซื้อโทรถาม พนักงานขาย		
		ผู้ซื้อไปที่สำนักงาน ขายเอง	ผู้ซื้อไปที่สำนักงาน ขายเอง
3ประเมินทางเลือก .	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา
	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ กรณีศึกษา
		ไม่เปรียบเทียบ	ไม่เปรียบเทียบ
4. พฤติกรรมหลังการซื้อ : การซื้อซ้ำ	วางแผนจะซื้ออีก	วางแผนจะซื้ออีก	วางแผนจะซื้ออีก
	ยังไม่วางแผนจะซื้อ อีก	ยังไม่วางแผนจะ ซื้ออีก	ยังไม่วางแผนจะซื้อ อีก

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ดังนี้

ขั้นตอนการตระหนักถึงความต้องการซื้อ

ผู้ซื้อที่มีการตระหนักถึงความสะดวกสบาย การอยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก การมีนิติบุคคลดูแลบริการ การต้องการบ้านในเมือง ความชื่นชอบในการอยู่ในที่สูง รวมถึงต้องการระบบรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาตระหนักถึงความต้องการซื้อเหมือนกันคือ ต้องการความสะดวกสบาย และการอยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการเกล้าและโครงการคราม ยังตระหนักถึงการมีที่พักในเมือง ส่วนผู้ซื้อโครงการบิณฑิต้องการบ้านหลังที่สองและชื่นชอบการอยู่ในที่สูง

ขั้นตอนการแสวงหาข่าวสาร

วิธีการรู้จักโครงการ ผู้ซื้อรู้จักโครงการทางโทรศัพท์ ทางอีเมลล์ ทางไลน์ และทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษารู้จักโครงการเหมือนกันคือ ผ่านทางโทรศัพท์ อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการเกล้าและโครงการคราม รู้จักโครงการทางไปรษณีย์ ส่วนผู้ซื้อโครงการบิณฑิ รู้จักโครงการผ่านทางไลน์

วิธีการเริ่มหาข้อมูลโครงการ ผู้ซื้อเริ่มหาข้อมูลโดยการที่มีพนักงานขายนำมาให้ดู โทรถามพนักงานขาย เข้ามาที่สำนักงานขายเอง ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเริ่มหาข้อมูลเหมือนกัน คือ มีพนักงานขายเอาข้อมูลมาให้ดู อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการบิณฑิและโครงการครามเข้ามาที่สำนักงานขายเอง ส่วนผู้ซื้อโครงการเกล้าจะโทรถามพนักงานขาย

ขั้นตอนประเมินทางเลือก

ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเปรียบเทียบเหมือนกันคือ เปรียบเทียบกับโครงการทั้งในพื้นที่กรณีศึกษาและนอกพื้นที่กรณีศึกษา อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการบิณฑิและโครงการครามมีบางส่วนไม่เปรียบเทียบกับโครงการอื่น

ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ

พฤติกรรมหลังการซื้อในการซื้อซ้ำ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษามีทั้งวางแผนจะซื้อและยังไม่ได้วางแผนจะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซ้ำอีก

## 5.2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน

ตารางที่ 22 สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อเพื่อการลงทุน

	กระบวนการตัดสินใจซื้อ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิณฑ์ สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ซื้อเพื่อการลงทุน	1.ตระหนักถึงความ ต้องการซื้อ	ลงทุนกับคอนโดฯ ดีกว่าฝากเงิน ธนาคาร	ลงทุนกับคอนโดฯ ดีกว่าฝากเงิน ธนาคาร	
		ลงทุนกับคอนโดฯ น่าจะขาย/เช่าเร็ว กว่าบ้าน	ลงทุนกับคอนโดฯ น่าจะขาย/เช่าเร็ว กว่าบ้าน	ลงทุนกับคอนโดฯ น่าจะขาย/เช่าเร็ว กว่าบ้าน
		มูลค่าของคอนโดฯ เพิ่มเร็วกว่าและสูง กว่าบ้าน		
		คอนโดฯขายได้กำไร มากกว่าบ้าน	คอนโดฯขายได้ กำไรมากกว่าบ้าน	
			ซื้อคอนโดฯลงทุน ตามเพื่อน	
				สะดวกสบายหา ของกินง่าย
				ลงทุนกับ คอนโดมิเนียม ดีกว่าบ้าน
2 .แสวงหาข่าวสาร				
2.1 วิธีการรู้จักโครงการ		ทางโทรศัพท์	ทางโทรศัพท์	ทางโทรศัพท์
		ทางอีเมลล์		
				ทางไลน์
2.2 วิธีการเริ่มหาข้อมูล โครงการ		พนักงานขายเอามา ให้ดู	พนักงานขายเอามา ให้ดู	
				พนักงานขายส่ง ทางไลน์

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิณฑ์ สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
	ผู้ซื้อโทรถาม พนักงานขาย		
	ผู้ซื้อที่สำนักงาน ขายเอง	ผู้ซื้อที่สำนักงาน ขายเอง	ผู้ซื้อที่สำนักงาน ขายเอง
3 ประเมินทางเลือก .	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา
	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ กรณีศึกษา
		ไม่เปรียบเทียบ	
4. พฤติกรรมหลังการซื้อ : การซื้อซ้ำ		วางแผนจะซื้ออีก	วางแผนจะซื้ออีก
	ยังไม่วางแผนจะซื้อ	ยังไม่วางแผนจะซื้อ	ยังไม่วางแผนจะซื้อ

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน ดังนี้  
ขั้นตอนการตระหนักถึงความต้องการซื้อ

ผู้ซื้อมีการตระหนักถึงลงทุนกับคอนโดมิเนียมน่าจะขายหรือปล่อยเช่าเร็วกว่าบ้าน ลงทุนกับคอนโดมิเนียมดีกว่าฝากเงินธนาคาร มูลค่าของคอนโดมิเนียมเพิ่มเร็วกว่าและสูงกว่าบ้าน คอนโดมิเนียมขายได้กำไรมากกว่าบ้าน ลงทุนกับคอนโดมิเนียมดีกว่าบ้าน รวมถึงความสะดวกสบายของกินง่าย ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาตระหนักเหมือนกันคือ ลงทุนกับคอนโดมิเนียมน่าจะขายหรือปล่อยเช่าเร็วกว่าบ้าน อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิณฑ์ ยังตระหนักถึงการลงทุนกับคอนโดมิเนียมดีกว่าฝากเงินธนาคารและคอนโดมิเนียมขายได้กำไรมากกว่าบ้าน ส่วนผู้ซื้อโครงการครามตระหนักซื้อถึงความสะดวกสบายในการหาของกินง่าย

ขั้นตอนการแสวงหาข่าวสาร

วิธีการรู้จักโครงการ ผู้ซื้อรู้จักโครงการผ่านทางโทรศัพท์ ทางอีเมล ทางไลน์ และทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษารู้จักโครงการเหมือนกันคือ ทางโทรศัพท์ อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการเหล่ายังรู้จักโครงการทางอีเมลล์และทางไปรษณีย์ ส่วนผู้ซื้อโครงการบิณฑ์ รู้จักโครงการผ่านทาง

วิธีการเริ่มหาข้อมูลโครงการ ผู้ซื้อเริ่มหาข้อมูลโดยการที่มีพนักงานขายนำมาให้ดู พนักงานขายส่งมาทางไลน์ โทรถามพนักงานขาย เข้ามาที่สำนักงานขายเอง ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเริ่มหา 3 ข้อมูลโครงการเหมือนกันคือ เข้ามาที่สำนักงานขายเอง อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบีหนีค มาให้ดู ส่วนผู้ซื้อโครงการครามมีพนักงานขายสมิพนักงานขายเอาข้อมูลส่งข้อมูลมาทางไลน์

ขั้นตอนการประเมินทางเลือก

ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเปรียบเทียบเหมือนกันคือ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่กรณีศึกษา อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการบีหนีคมีบางส่วนไม่เปรียบเทียบกับโครงการอื่น

ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ

พฤติกรรมหลังการซื้อในการซื้อซ้ำ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาคิดเหมือนกันคือ ยังไม่วางแผนจะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวีรีอีก อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการบีหนีคและโครงการครามยังมีบางส่วนที่วางแผนจะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวีรีอีก

### 5.2.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

ตารางที่ 23 สรุปกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

	กระบวนการตัดสินใจซื้อ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบีหนีค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	1. ตระหนักถึงความ ต้องการซื้อ	ต้องการซื้อที่พักใน เมือง		ต้องการซื้อที่พักใน เมือง
		สะดวกสบาย ใกล้เคียง สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก		สะดวกสบาย ใกล้เคียง สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก
		ขายง่าย ขายต่อได้ ราคา	ขายง่าย ขายต่อได้ ราคา	ขายง่าย ขายต่อได้ ราคา
		อยากซื้อที่ดิน คอนโดฯ แต่ซื้อไม่ ไหวจึงซื้อคอนโด แทน	อยากซื้อที่ดิน คอนโดฯ แต่ซื้อไม่ ไหวจึงซื้อคอนโด แทน	
			ถ้าไม่มาอยู่ ปล่อย เช่าได้	

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปิ่นนิต สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
		ซื้อเป็นทรัพย์สินได้ ไม่ต้องดูแลมาก	
<b>2 .แสวงหาข่าวสาร</b>			
<b>2.1 วิธีการรู้จักโครงการ</b>	ทางโทรศัพท์	ทางโทรศัพท์	ทางโทรศัพท์
	ทางอีเมลล์	ทางอีเมลล์	ทางอีเมลล์
			ทางไลน์
	ทางไปรษณีย์		
<b>2.2 วิธีการเริ่มหาข้อมูล โครงการ</b>	พนักงานขายเอามา ให้ดู	พนักงานขายเอามา ให้ดู	
	พนักงานขายส่งทาง อีเมลล์		
			พนักงานขายส่ง ทางไลน์
			ผู้ซื้อโทรถาม พนักงานขาย
	ผู้ซื้อไปที่สำนักงาน ขายเอง		ผู้ซื้อไปที่สำนักงาน ขายเอง
<b>3ประเมินทางเลือก .</b>	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ กรณีศึกษา
		เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ กรณีศึกษา	
	ไม่เปรียบเทียบ	ไม่เปรียบเทียบ	ไม่เปรียบเทียบ
<b>4. พฤติกรรมหลังการซื้อ : การซื้อซ้ำ</b>	วางแผนจะซื้ออีก	วางแผนจะซื้ออีก	วางแผนจะซื้ออีก
		ยังไม่วางแผนจะซื้อ อีก	ยังไม่วางแผนจะซื้อ อีก

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา



จากข้อมูลข้างต้น สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ดังนี้  
ขั้นตอนการตระหนักถึงความต้องการซื้อ

ผู้ซื้อตระหนักถึงความต้องการซื้อที่พึกในเมือง ความสะดวกสบายใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ขยาย  
ง่ายขยายต่อได้ราคา อยากรู้ซื้อที่ดินคอนโดมิเนียมแต่ซื้อไม่ไหวจึงซื้อคอนโดแทน ถ้าไม่มาอยู่ปล่อยเช่าได้ ซื้อ  
เป็นทรัพย์สิน ทั้งไว้นานๆไม่ต้องดูแลมาก ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาตระหนักเหมือนกันคือ ซื้อ  
คอนโดมิเนียมขยายง่าย ขยายต่อได้ราคา อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามตระหนักถึง  
ต้องการที่พึกในเมืองและความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนผู้ซื้อโครงการบิณฑิคระหนักถึง  
ถ้าไม่อยู่ปล่อยเช่าได้ ใช้จ่ายสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ และซื้อเป็นทรัพย์สินไม่ต้องดูแลมาก

ขั้นตอนการแสวงหาข่าวสาร

วิธีการรู้จักโครงการ ผู้ซื้อรู้จักโครงการผ่านทางโทรศัพท์ ทางอีเมลล์ ทางไลน์ และทางไปรษณีย์  
ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษารู้จักโครงการเหมือนกันคือ ทางโทรศัพท์และทางอีเมลล์ อย่างไรก็ตาม ผู้  
ซื้อโครงการครามรู้จักโครงการผ่านทางไลน์ ส่วนผู้ซื้อโครงการเหล่ารู้จักโครงการทางไปรษณีย์

วิธีการเริ่มหาข้อมูลโครงการ ผู้ซื้อเริ่มหาข้อมูลโดยการที่มีพนักงานขายนำมาให้ดู พนักงานขายส่ง  
มาทางอีเมลล์ พนักงานขายส่งมาทางไลน์ โทรถามพนักงานขาย เข้ามาที่สำนักงานขายเอง ทั้งนี้ ผู้ซื้อ  
โครงการเหล่าและโครงการบิณฑิครเริ่มหาข้อมูลเหมือนกันคือ พนักงานขายเอาข้อมูลมาให้ดู ส่วนผู้ซื้อ  
โครงการเหล่าและโครงการครามเริ่มหาข้อมูลเหมือนกันคือ เข้ามาที่สำนักงานขายเอง อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อ  
โครงการเหล่ามีพนักงานขายส่งข้อมูลให้ทางอีเมลล์ ส่วนผู้ซื้อโครงการครามมีพนักงานขายส่งข้อมูลให้ทาง  
ไลน์และโทรถามพนักงานขาย

ขั้นตอนการประเมินทางเลือก

ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาเปรียบเทียบเหมือนกันคือ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่  
กรณีศึกษา อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการบิณฑิครเปรียบเทียบกับโครงการอื่นนอกพื้นที่กรณีศึกษาด้วย และผู้ซื้อ  
บางส่วนทั้ง 3 กลุ่มโครงการกรณีศึกษาไม่เปรียบเทียบกับโครงการอื่น

ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ

พฤติกรรมหลังการซื้อในการซื้อซ้ำ ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาคิดเหมือนกันคือ วางแผนจะซื้อ  
คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซ้ำอีก อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อโครงการบิณฑิครและโครงการครามมีบางส่วนที่ยัง  
ไม่วางแผนจะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซ้ำอีก

จากผลการศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ซื้อ สรุป  
ดังนี้

## ตารางที่ 24 สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ซื้อเพื่อการลงทุน	ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน
1. ตระหนักถึงความต้องการซื้อ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสะดวกสบาย การอยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>- การมีนิติบุคคลดูแลบริการ</li> <li>- การต้องการบ้านในเมือง</li> <li>- ใช้เป็นบ้านหลังที่สอง</li> <li>- ความชื่นชอบในการอยู่ในที่สูง</li> <li>- ต้องการระบบรักษาความปลอดภัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลงทุนกับคอนโดมิเนียม น่าจะขายหรือปล่อยเช่าเร็วกว่าบ้าน</li> <li>- ลงทุนกับคอนโดมิเนียม ดีกว่าฝากเงินธนาคาร</li> <li>- มูลค่าของคอนโดมิเนียมเพิ่มเร็วกว่าและสูงกว่าบ้าน</li> <li>- คอนโดมิเนียมขายได้กำไรมากกว่าบ้าน</li> <li>- ความสะดวกสบายหาของกินง่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความต้องการซื้อที่พักในเมือง</li> <li>- ความสะดวกสบายใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>- ขายง่ายขายต่อได้ราคา</li> <li>- อยากซื้อที่ดิน</li> <li>- คอนโดมิเนียมแต่ซื้อไม่ไหวจึงซื้อคอนโดแทน</li> <li>- ถ้าไม่มาอยู่ปล่อยเช่าได้</li> <li>- ซื้อเป็นทรัพย์สินทิ้งไว้ นานๆได้ไม่ต้องดูแลมาก</li> </ul>
<b>2 .แสวงหาข่าวสาร</b>			
2.1 วิธีการรู้จักโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทางโทรศัพท์</li> <li>- ทางอีเมลล์</li> <li>- ทางไลน์</li> <li>- ทางไปรษณีย์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทางโทรศัพท์</li> <li>- ทางอีเมลล์</li> <li>- ทางไลน์</li> <li>- ทางไปรษณีย์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทางโทรศัพท์</li> <li>- ทางอีเมลล์</li> <li>- ทางไลน์</li> <li>- ทางไปรษณีย์</li> </ul>
2.2 วิธีการเริ่มหาข้อมูลโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานขายนำมาให้ดู</li> <li>- โทรถามพนักงานขาย</li> <li>- เข้ามาที่สำนักงานขายเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานขายนำมาให้ดู</li> <li>- พนักงานขายส่งมาทางไลน์</li> <li>- โทรถามพนักงานขาย</li> <li>- เข้ามาที่สำนักงานขายเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานขายนำมาให้ดู</li> <li>- พนักงานขายส่งมาทางอีเมลล์</li> <li>- พนักงานขายส่งมาทางไลน์</li> <li>- โทรถามพนักงานขาย</li> <li>- เข้ามาที่สำนักงานขายเอง</li> </ul>
3. ประเมินทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการทั้งในและนอกพื้นที่กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับโครงการทั้งในและนอกพื้นที่กรณีศึกษา	เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่กรณีศึกษา

กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ	ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ซื้อเพื่อการลงทุน	ซื้อเพื่อเก็บเป็น ทรัพย์สิน
4. พฤติกรรม หลังการซื้อ : การซื้อซ้ำ	วางแผนจะซื้ออีก	ยังไม่วางแผนจะซื้ออีก	วางแผนจะซื้ออีก

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

#### ขั้นตอนตระหนักถึงความต้องการซื้อ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินตระหนักซื้อเหมือนกันคือ ความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ต้องการที่พักในเมือง ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนตระหนักซื้อถึง การลงทุนกับคอนโดมิเนียมน่าจะขาย/เช่าเร็วกว่าบ้าน ลงทุนกับคอนโดมิเนียมดีกว่าฝากเงินธนาคาร มูลค่าของคอนโดมิเนียมเพิ่มเร็วกว่าและสูงกว่าบ้าน และคอนโดมิเนียมขายได้กำไรมากกว่าบ้าน

#### ขั้นตอนแสวงหาข่าวสาร

วิธีการรู้จักโครงการ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ซื้อรู้จักโครงการเหมือนกันคือ รู้จักโครงการผ่านทางโทรศัพท์ ทางอีเมลล์ ทางไลน์ และไปรษณีย์

วิธีการเริ่มหาข้อมูลโครงการ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ซื้อ เริ่มหาข้อมูลเหมือนกันคือ พนักงานขายนำมาให้ดู โทรถามพนักงานขาย และเข้ามาที่สำนักงานขายเอง อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน เริ่มหาข้อมูลโครงการโดยพนักงานขายส่งมาทางไลน์

#### ขั้นตอนประเมินทางเลือก

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อการลงทุนจะเปรียบเทียบเหมือนกันคือ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นทั้งในและนอกพื้นที่กรณีศึกษา ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินจะเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่กรณีศึกษาอย่างเดียว

#### ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินคิดเหมือนกันคือ วางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์อีก ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนยังไม่วางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์อีก

#### 5.3 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 36 ตัวอย่างเกี่ยวกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

ตารางที่ 25 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	โครงการเหล่าทองหล่อ 13 (คน)	โครงการบีทนิค สุขุมวิท 32 (คน)	โครงการक्रम สุขุมวิท 26 (คน)	สรุป (คน)
ซื้อเพื่อพักอาศัย เอง	ตัวเอง	2	1	1	4
	สามี/ภรรยา/ลูก	2	2	2	6
	บิดามารดา		1	1	2
	พนักงานขาย				0
ซื้อเพื่อการลงทุน	ตัวเอง	3	2	1	6
	สามี/ภรรยา/ลูก	1		1	2
	เพื่อน		1		1
	พนักงานขาย		1	2	3
ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ตัวเอง	2	3		5
	สามี/ภรรยา/ลูก	1	1	1	3
	บิดามารดา	1		1	2
	พนักงานขาย			2	2

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษาส่วนใหญ่ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ สามี/ภรรยา/ลูก รองลงมา คือ ตัวผู้ซื้อเอง เหมือนกัน ผู้ซื้อโครงการบีทนิคและโครงการक्रम บิดามารดาเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าทองหล่อ บิดามารดาไม่ได้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน ผู้ซื้อทั้ง 3 โครงการกรณีศึกษา ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวผู้ซื้อเอง เหมือนกัน ผู้ซื้อโครงการเหล่าทองหล่อและโครงการक्रम สามี/ภรรยา/ลูกเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการบีทนิค สามี/ภรรยา/ลูกไม่ได้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อโครงการบีทนิคและโครงการक्रम พนักงานขายเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าทองหล่อ พนักงานขายไม่ได้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อโครงการบีทนิค เพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าทองหล่อและโครงการक्रम เพื่อนไม่ได้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ซื้อโครงการเช่าและโครงการปีนาคส่วนใหญ่ ตัวผู้ซื้อเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่ผู้ซื้อโครงการคราม ตัวผู้ซื้อเองไม่ได้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มโครงการกรณีศึกษา สามิ/ภรรยา/ลูก เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเหมือนกัน ผู้ซื้อโครงการเช่าและโครงการคราม บิตามารดาเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่ผู้ซื้อโครงการปีนาค บิตามารดาไม่ได้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อโครงการคราม พนักงานขายเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่ผู้ซื้อโครงการเช่าและโครงการปีนาค พนักงานขายไม่ได้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนและกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินเหมือนกัน โดยผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ตัวผู้ซื้อเอง แต่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ สามิ/ภรรยา/ลูก

#### 5.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชาวรี

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน โดยให้เรียงลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ตารางที่ 26 ปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ 3 ลำดับแรก

	ปัจจัยสำคัญที่พิจารณา	โครงการเช่า ทองหล่อ 13	โครงการปีนาค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	สรุป
ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ด้านทำเลที่ตั้ง	1 (4 คน)	1 (4 คน)	1 (4 คน)	1 (12 คน)
	ด้านสถาปัตยกรรม			2 (2 คน)	
	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง ภายในห้องชุด	2 (3 คน)	3 (2 คน)	3 (1 คน)	3 (3 คน)
	ด้านราคา/การผ่อนเงิน ค่างวด	3 (3 คน)	2 (3 คน)	2 (2 คน)	2 (5 คน)
ซื้อเพื่อการลงทุน	ด้านทำเลที่ตั้ง	1 (4 คน)	1 (4 คน)	1 (4 คน)	1 (12 คน)
	ด้านสถาปัตยกรรม		3 (3 คน)	2 (2 คน)	3 (3 คน)
	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง ภายในห้องชุด	2 (2 คน)		3 (2 คน)	3 (2 คน)

	ปัจจัยสำคัญที่ พิจารณา	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปัทนค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	สรุป
	ด้านราคา/การผ่อนเงิน ดาวน์	3 (3 คน)	2 (4 คน)	2 (2 คน)	2 (6 คน)
ผู้ทรัพย์สิน	ด้านทำเลที่ตั้ง	1 (4 คน)	1 (4 คน)	1 (4 คน)	1 (12 คน)
	ด้านสถาปัตยกรรม	2 (3 คน)		3 (2 คน)	3 (2 คน)
	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง ภายในห้องชุด		3 (2 คน)		3 (2 คน)
	ด้านราคา/การผ่อนเงิน ดาวน์	3 (3 คน)	2 (3 คน)	2 (2 คน)	2 (5 คน)

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า

อันดับหนึ่ง คือ ด้านทำเลที่ตั้ง (36 คน)

อันดับสอง คือ ด้านราคา/การผ่อนเงินดาวน์ (16 คน)

อันดับสาม คือ ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด (7 คน)

รายละเอียดของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยแยกตามส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

CHULALONGKORN UNIVERSITY

### ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ

ตารางที่ 27 วิเคราะห์ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งโครงการ

	ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	โครงการเหล่า ทอหล่อ 13	โครงการปัท นิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
ข้อเพื่อพักอาศัยเอง	การเดินทางสะดวก สามารถ เลือกใช้ได้หลายช่องทาง	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ใกล้ที่ทำงาน โรงเรียนลูก	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	มาก
	ใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	ปาน กลาง
	เส้นทางในการสัญจรกว้างและ ปลอดภัย	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	ปาน กลาง
	มีสิ่งอำนวยความสะดวกรอบ โครงการ เช่น ซูเปอร์มาเก็ต ร้านอาหาร โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	พื้นที่มีความเจริญและมีแนวโน้ม ราคาที่ดินจะสูงขึ้นในอนาคต	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
ข้อเพื่อการลงทุน	การเดินทางสะดวก สามารถ เลือกใช้ได้หลายช่องทาง	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ใกล้ที่ทำงาน โรงเรียนลูก	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	มาก
	ใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	ปาน กลาง
	เส้นทางในการสัญจรกว้างและ ปลอดภัย	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	มาก
	มีสิ่งอำนวยความสะดวกรอบ โครงการ เช่น ซูเปอร์มาเก็ต ร้านอาหาร โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด

	ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	โครงการเหล่า ทงหล่อ 13	โครงการบิ นิต สุขุมวิท 32	โครงการครม สุขุมวิท 26	แปล ผล
ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	พื้นที่ที่มีความเจริญและมีแนวโน้ม ราคาที่ดินจะสูงขึ้นในอนาคต	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	การเดินทางสะดวก สามารถ เลือกใช้ได้หลายช่องทาง	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	ใกล้ที่ทำงาน โรงเรียนลูก	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	4.25 (มาก)	มาก
	ใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	ปาน กลาง
	เส้นทางในการสัญจรกว้างและ ปลอดภัย	3.75 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	ปาน กลาง
	มีสิ่งอำนวยความสะดวกรอบ โครงการ เช่น ซูเปอร์มาเก็ต ร้านอาหาร โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	พื้นที่ที่มีความเจริญและมีแนวโน้ม ราคาที่ดินจะสูงขึ้นในอนาคต	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้ 4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด 3.50 – 4.49 – พิจารณามาก 2.50 – 3.49 – พิจารณปานกลาง 1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย 1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด					

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดในเรื่องการเดินทางสะดวก สามารถเลือกใช้ได้หลายเส้นทาง สิ่งอำนวยความสะดวกรอบโครงการ และพื้นที่ที่มีความเจริญและมีแนวโน้มราคาที่ดินสูงขึ้นในอนาคต เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ พิจารณามากในเรื่องใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนลูก เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติพี่น้อง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครมพิจารณาปานกลางเหมือนกัน



แต่ผู้ซื้อโครงการบิณฑิพิจารณามาก เรื่องเส้นทางในการสัญจรกว้างและปลอดภัย ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิณฑิพิจารณาเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณาปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณามากที่สุดในเรื่องการเดินทางสะดวก สามารถเลือกใช้ได้หลายเส้นทาง สิ่งอำนวยความสะดวกรอบโครงการ และพื้นที่ที่มีความเจริญและมีแนวโน้มราคาที่ดินสูงขึ้นในอนาคต เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ พิจารณามากในเรื่องใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนลูก เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติพี่น้อง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิณฑิพิจารณาเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณาปานกลาง เรื่องเส้นทางในการสัญจรกว้างและปลอดภัย ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิณฑิพิจารณาเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณาปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณามากที่สุดในเรื่องการเดินทางสะดวก สามารถเลือกใช้ได้หลายเส้นทาง สิ่งอำนวยความสะดวกรอบโครงการ และพื้นที่ที่มีความเจริญและมีแนวโน้มราคาที่ดินสูงขึ้นในอนาคต เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ พิจารณามากในเรื่องใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนลูก เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติพี่น้อง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิณฑิพิจารณาปานกลางเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณาปานกลาง เรื่องเส้นทางในการสัญจรกว้างและปลอดภัย ผู้ซื้อโครงการบิณฑิและโครงการครามพิจารณาปานกลางเหมือนกัน แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณาปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณามากที่สุด คือ การเดินทางสะดวก สามารถเลือกใช้ได้หลายช่องทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกรอบโครงการ และโครงการตั้งอยู่บนพื้นที่ที่แนวโน้มของราคาที่ดินที่สูงขึ้นในอนาคตมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.92 5.00 และ 5.00 ตามลำดับ พิจารณาปานกลาง คือ ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนลูก ค่าเฉลี่ยรวม 3.78 พิจารณาปานกลาง คือ ใกล้บ้านญาติ พี่น้อง ค่าเฉลี่ยรวม 3.33 เส้นทางในการสัญจรกว้างขวางปลอดภัย วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการลงทุน พิจารณาปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.50 แต่วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พิจารณาปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 4.42

### ด้านสถาปัตยกรรม/กายภาพ

ตารางที่ 28 วิเคราะห์ความสำคัญด้านสถาปัตยกรรม/กายภาพ

	ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรม/ กายภาพ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิณฑิ สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	การออกแบบสถาปัตยกรรม/ ของโครงการ	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ขนาดห้องชุดขนาดพื้นที่ใช้สอย/ พื้นที่ใช้สอย	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	การออกแบบแปลนห้องการ/ ออกแบบพื้นที่ใช้สอย	4.75 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด

	ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรม/ กายภาพ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิทรินิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
	จำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป	5.00 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	การออกแบบให้มีความสะดวก และความเป็นส่วนตัวในการเข้า ห้องชุดจากที่จอดรถ	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	มาก
ข้อเพื่อการลงทุน	การออกแบบสถาปัตยกรรม/ ของโครงการ	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	มาก
	ขนาดห้องชุดขนาดพื้นที่ใช้สอย/ พื้นที่ใช้สอย	4.25 (มาก)	4.5 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	การออกแบบแปลนห้องการ/ ออกแบบพื้นที่ใช้สอย	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	มาก
	จำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	การออกแบบให้มีความสะดวก และความเป็นส่วนตัวในการเข้า ห้องชุดจากที่จอดรถ	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	มาก
ข้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	การออกแบบสถาปัตยกรรม/ ของโครงการ	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ขนาดห้องชุดขนาดพื้นที่ใช้สอย/ พื้นที่ใช้สอย	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	การออกแบบแปลนห้องการ/ ออกแบบพื้นที่ใช้สอย	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	จำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	การออกแบบให้มีความสะดวก และความเป็นส่วนตัวในการเข้า ห้องชุดจากที่จอดรถ	4.75 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	มาก
หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้ 4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด 3.50 – 4.49 – พิจารณามาก					

ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรม/ กายภาพ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิทรินิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
2.50 – 3.49 – พิจารณาปานกลาง 1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด	1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย			

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดในเรื่องขนาดห้องชุดและขนาดพื้นที่ใช้สอยเหมือนกันทั้ง 3 โครงการ พิจารณามากในเรื่องการออกแบบให้มีความสะดวกและความเป็นส่วนตัวในการเข้าห้องชุดจากที่จอดรถ เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องการออกแบบสถาปัตยกรรมโครงการ ผู้ซื้อโครงการบิทรินิคและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณามาก เรื่องการออกแบบแปลนห้องชุดและจำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการบิทรินิคพิจารณามาก

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณามากที่สุดในเรื่องจำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องการออกแบบสถาปัตยกรรมโครงการ ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิทรินิคพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามาก เรื่องขนาดห้องชุดและพื้นที่ใช้สอย ผู้ซื้อโครงการบิทรินิคและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณามาก เรื่องการออกแบบแปลนห้อง พื้นที่ใช้สอย และการออกแบบให้มีความสะดวกและความเป็นส่วนตัวในการเข้าห้องชุดจากที่จอดรถ ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิทรินิคพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณามากที่สุดในเรื่องการออกแบบสถาปัตยกรรมโครงการ ขนาดห้องชุดและพื้นที่ใช้สอย การออกแบบแปลนห้อง และจำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องการออกแบบให้มีความสะดวกและความเป็นส่วนตัวในการเข้าห้องชุดจากที่จอดรถ ผู้ซื้อโครงการบิทรินิคและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณามากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณามากที่สุด คือ ขนาดห้องชุด ขนาดพื้นที่ใช้สอย/และจำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป ค่าเฉลี่ยรวม 4.64 และ 4.64 ตามลำดับ พิจารณามาก คือ การออกแบบให้มีความสะดวกและความเป็นส่วนตัวในการเข้าห้องชุดจากที่จอดรถ ค่าเฉลี่ยรวม 4.19

การออกแบบ สถาปัตยกรรมของโครงการ/และการออกแบบแปลนห้องการออกแบบพื้นที่ใช้สอย/วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พิจารณามากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.59 และ 4.71 ตามลำดับ แต่วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการลงทุนเพียง พิจารณามาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.33 และ 4.33 ตามลำดับ

### ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด

ตารางที่ 29 วิเคราะห์ความสำคัญด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด

	ปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	โครงการเทล่าทองหล่อ 13	โครงการบีทีนครสุขุมวิท 32	โครงการครามสุขุมวิท 26	แปลผล
ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	วัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียงระดับโลก	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	มาก
	ความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน หากชำรุด	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
ซื้อเพื่อการลงทุน	วัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียงระดับโลก	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มาก)	มาก
	ความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน หากชำรุด	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	มาก
ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	วัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียงระดับโลก	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	มาก
	ความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน หากชำรุด	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มาก
	หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้ 4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด    3.50 – 4.49 – พิจารณามาก 2.50 – 3.49 – พิจารณาปานกลาง    1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย 1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด				

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดในเรื่องวัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาเหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิณฑิพิจารณา มาก แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามากที่สุด เรื่องความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการบิณฑิพิจารณา

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณาที่สุดในเรื่องวัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาเหมือนกันทั้ง 3 โครงการ พิจารณาในเรื่องความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิณฑิพิจารณา มาก แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณา

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณาที่สุดในเรื่องวัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาเหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียง ผู้ซื้อโครงการบิณฑิและโครงการครามพิจารณา มาก แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณามากที่สุด เรื่องความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน ผู้ซื้อโครงการโครงการบิณฑิและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณา

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณามากที่สุด คือ คุณภาพของวัสดุให้เหมาะสมกับราคา มากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.92 พิจารณา คือ ยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียงระดับโลก ค่าเฉลี่ยรวม 4.33

ความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน หากชำรุด วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง พิจารณา มากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.50 แต่วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการลงทุนและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พิจารณา ค่าเฉลี่ยรวม 4.30

### ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

ตารางที่ 30 วิเคราะห์ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

	ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิณฑิ สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น เช่น ห้องสปา สกาย เลาจน์	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เยี่ยม	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	นิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ	4.75 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	มากที่สุด
ผู้ซื้อเพื่อลงทุน	ความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น	4.50	4.50	4.50	มาก

	ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิทรินิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
	เช่น ห้องสปา สกาย เลาจน์	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)	ที่สุด
	ที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	มาก
	นิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มาก
ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น เช่น ห้องสปา สกาย เลาจน์	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	นิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มาก
หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้ 4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด    3.50 – 4.49 – พิจารณามาก 2.50 – 3.49 – พิจารณาปานกลาง    1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย 1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด					

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดเรื่องความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น ที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม และระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องนิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการบิทรินิคพิจารณามาก

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณามากที่สุดเรื่องความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น และที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการบิทรินิคพิจารณามากที่สุด เรื่องนิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ผู้ซื้อโครงการบิทรินิคและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณามาก

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณามากที่สุดเรื่องความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น ที่จอตลอดเพียงพอเหมาะสม และระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องนิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ผู้ซื้อโครงการบิทีนคและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณา

มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณามากที่สุด คือ ความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น และที่จอตลอดเพียงพอเหมาะสม ค่าเฉลี่ยรวม 4.58

ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พิจารณามากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.75 แต่วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการลงทุน พิจารณามากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.33

นิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง พิจารณามากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.50 แต่วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการลงทุนและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พิจารณามากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.42

### ด้านราคา

ตารางที่ 31 วิเคราะห์ความสำคัญด้านราคา/ระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์

	ปัจจัยด้านราคาระยะเวลาผ่อน/ เงินดาวน์	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิทีนค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ราคาขายเหมาะสม	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	จำนวนเงินผ่อนดาวน์ เหมาะสม	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	ปาน กลาง
	ระยะเวลาผ่อนดาวน์ เหมาะสม	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	ปาน กลาง
ซื้อเพื่อการลงทุน	ราคาขายเหมาะสม	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	จำนวนเงินผ่อนดาวน์ เหมาะสม	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	ปาน กลาง
	ระยะเวลาผ่อนดาวน์ เหมาะสม	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	ปาน กลาง
ขอพบแบบ ประเมินผล	ราคาขายเหมาะสม	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	จำนวนเงินผ่อนดาวน์ เหมาะสม	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	ปาน กลาง

ปัจจัยด้านราคาระยะเวลาผ่อน/ เงินดาวน์	โครงการเช่า ทองหล่อ 13	โครงการพีทนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
ระยะเวลาผ่อนดาวน์ เหมาะสม	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	ปาน กลาง
หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้ 4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด    3.50 – 4.49 – พิจารณามาก 2.50 – 3.49 – พิจารณปานกลาง    1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย 1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด				

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดเรื่องราคาขายเหมาะสม เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องจำนวนเงินผ่อนดาวน์เหมาะสม ผู้ซื้อโครงการเช่าและโครงการพีทนิคพิจารณาปานกลาง แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามาก เรื่องระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสม ผู้ซื้อโครงการพีทนิคและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการเช่าพิจารณาปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณามากที่สุดเรื่องราคาขายเหมาะสม เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องจำนวนเงินผ่อนดาวน์เหมาะสม ผู้ซื้อโครงการพีทนิคและโครงการครามพิจารณาปานกลาง แต่ผู้ซื้อโครงการเช่าพิจารณามาก เรื่องระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสม ผู้ซื้อโครงการเช่าและโครงการครามพิจารณาปานกลาง แต่ผู้ซื้อโครงการพีทนิคพิจารณามาก

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณามากที่สุดเรื่องราคาขายเหมาะสม เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องจำนวนเงินผ่อนดาวน์เหมาะสม ผู้ซื้อโครงการเช่าและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการพีทนิคพิจารณาปานกลาง เรื่องระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสม ผู้ซื้อโครงการเช่าและโครงการพีทนิคพิจารณาปานกลาง แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามาก

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณา มากที่สุด คือ ราคาขายเหมาะสม ค่าเฉลี่ยรวม 4.97 พิจารณปานกลาง คือ จำนวนเงินผ่อนดาวน์เหมาะสม และระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสม ค่าเฉลี่ยรวม 3.31 และ 3.33 ตามลำดับ



### ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 32 วิเคราะห์ความสำคัญโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

	ปัจจัยด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	โครงการเทล่าทองหล่อ 13	โครงการปิ่นนิกสุขุมวิท 32	โครงการครามสุขุมวิท 26	แปลผล
ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง	ส่วนลดเงินสด	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	เพอร์นิเจอร์เครื่องใช้ไฟฟ้า/แฟ้คเกจ	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	ปานกลาง
	บัตรกำนัลสำหรับร้านอาหาร/ห้างสรรพสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	ปานกลาง
	สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น บริการส่งอาหาร บริการซักอบรีด	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	ปานกลาง
ซื้อเพื่อการลงทุน	ส่วนลดเงินสด	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	เพอร์นิเจอร์เครื่องใช้ไฟฟ้า/แฟ้คเกจ	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	ปานกลาง
	บัตรกำนัลสำหรับร้านอาหาร/ห้างสรรพสินค้า	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	มาก
	สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น บริการส่งอาหาร บริการซักอบรีด	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	มาก
ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ส่วนลดเงินสด	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	เพอร์นิเจอร์เครื่องใช้ไฟฟ้า/แฟ้คเกจ	3.75 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	ปานกลาง
	บัตรกำนัลสำหรับร้านอาหาร/ห้างสรรพสินค้า	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	มาก
	สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น บริการส่งอาหาร บริการซักอบรีด	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	มาก
หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้ 4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด 3.50 – 4.49 – พิจารณามาก					

ปัจจัยด้านโปรโมชั่นส่งเสริม การขาย	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
2.50 – 3.49 – พิจารณาปานกลาง 1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด	1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย			

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดเรื่องส่วนลดเงินสด เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าแพ็คเกจ ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการบิคนิคพิจารณาปานกลาง เรื่องบัตรกำนัลและสิทธิพิเศษต่างๆ ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิคนิคพิจารณาปานกลาง แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามาก

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณามากที่สุดเรื่องส่วนลดเงินสด เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ พิจารณามากเรื่องบัตรกำนัลและสิทธิพิเศษต่างๆ เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าแพ็คเกจ ผู้ซื้อโครงการบิคนิคและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณาปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณามากที่สุดเรื่องส่วนลดเงินสด เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าแพ็คเกจ ผู้ซื้อโครงการบิคนิคและโครงการครามพิจารณาปานกลาง แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณามาก เรื่องบัตรกำนัลและสิทธิพิเศษต่างๆ ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิคนิคพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณาปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณามากที่สุด คือ ส่วนลดเงินสด ค่าเฉลี่ยรวม 4.94 พิจารณาปานกลาง คือ เฟอร์นิเจอร์เครื่องใช้ไฟฟ้าแพ็คเกจ/ ค่าเฉลี่ยรวม 3.44

บัตรกำนัลสำหรับร้านอาหาร/ห้างสรรพสินค้า และสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น บริการสั่งอาหาร บริการซักอบรีด เป็นต้น วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการลงทุนและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พิจารณามาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.58 และ 3.58 ตามลำดับ แต่วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง พิจารณาปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.25 และ 3.25 ตามลำดับ

### ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ

ตารางที่ 33 วิเคราะห์ความสำคัญด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ

	ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	โครงการเหล่าทองหล่อ 13	โครงการบิทรินิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปลผล
ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง	มีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ผู้ประกอบการดำเนินกิจการมานาน ผลงานเด่นชัด	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	มาก
	ผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และมีสถาบันการเงินสนับสนุน	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	มาก
	ผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
ชื่อเพื่อการลงทุน	มีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	มากที่สุด
	ผู้ประกอบการดำเนินกิจการมานาน ผลงานเด่นชัด	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และมีสถาบันการเงินสนับสนุน	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มากที่สุด
ชื่อเพื่อเป็นทรัพย์สิน	มีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มากที่สุด
	ผู้ประกอบการดำเนินกิจการมานาน ผลงานเด่นชัด	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	มาก
	ผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และมีสถาบันการเงินสนับสนุน	4.75 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	มาก
	ผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มากที่สุด

ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นใน ผู้พัฒนาโครงการ	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้				
4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด	3.50 – 4.49 – พิจารณามาก			
2.50 – 3.49 – พิจารณาปานกลาง	1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย			
1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด				

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดเรื่องความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจมานานผลงานเด่นชัดและผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการบิคนิคพิจารณามากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณามากที่สุดเรื่องผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิคนิคพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามาก เรื่องผู้ประกอบการดำเนินกิจการมานาน ผลงานเด่นชัดและผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ ผู้ซื้อโครงการบิคนิคและโครงการครามพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณา

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณามากที่สุดเรื่องความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการและผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ เรื่องผู้ประกอบการดำเนินกิจการมานาน ผลงานเด่นชัด ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการบิคนิคพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณามากที่สุด เรื่องผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง ผู้ซื้อโครงการบิคนิคและโครงการครามพิจารณามาก แต่ผู้ซื้อโครงการเหล่าพิจารณามากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณามากที่สุด คือ มีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ ค่าเฉลี่ยรวม 4.56 และ 4.67

ปัจจัยผู้ประกอบการดำเนินกิจการมานาน ผลงานเด่นชัด และผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และมีสถาบันการเงินสนับสนุน วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการลงทุน พิจารณามากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.58 และ 4.50 ตามลำดับ แต่วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พิจารณามากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.25 และ 4.38 ตามลำดับ

### ด้านการต้อนรับ/ดูแลของพนักงานขาย

ตารางที่ 34 วิเคราะห์ความสำคัญด้านการต้อนรับ/ดูแลของพนักงานขาย

	ปัจจัยด้านการต้อนรับ/ ดูแลของพนักงานขาย	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปิ่นนิต สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง	ความพอใจในการให้บริการของ พนักงานขาย	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	ได้รับข้อมูลของโครงการอย่าง ครบถ้วน	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	การนำเสนอโครงการเข้าใจง่าย	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	ความพอใจในการดูแลหลังการ ขายของพนักงานขาย	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
ชื่อเพื่อการลงทุน	ความพอใจในการให้บริการของ พนักงานขาย	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	ได้รับข้อมูลของโครงการอย่าง ครบถ้วน	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	การนำเสนอโครงการเข้าใจง่าย	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	ความพอใจในการดูแลหลังการ ขายของพนักงานขาย	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน	ความพอใจในการให้บริการของ พนักงานขาย	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	มาก ที่สุด
	ได้รับข้อมูลของโครงการอย่าง ครบถ้วน	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	การนำเสนอโครงการเข้าใจง่าย	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
	ความพอใจในการดูแลหลังการ ขายของพนักงานขาย	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	มาก ที่สุด
หมายเหตุ : การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ของเบสท์ Rating Scale (Best & Luckenbill, 1981) พิจารณาดังนี้ 4.50 – 5.00 – พิจารณามากที่สุด    3.50 – 4.49 – พิจารณามาก					

ปัจจัยด้านการต้อนรับ/ ดูแลของพนักงานขาย	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการปิ่นนิต สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26	แปล ผล
2.50 – 3.49 – พิจารณาปานกลาง 1.00 – 1.49 – พิจารณาน้อยที่สุด	1.50 – 2.49 – พิจารณาน้อย			

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อโครงการกรณีศึกษา

จากข้อมูลข้างต้น สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการพักอาศัยเองพิจารณามากที่สุดในเรื่องความพอใจในการให้บริการของพนักงานขาย ได้รับข้อมูลโครงการครบถ้วน การนำเสนอโครงการ และความพอใจในการดูแลหลังการขายของพนักงานขาย เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนพิจารณาที่สุดในเรื่องความพอใจในการให้บริการของพนักงานขาย ได้รับข้อมูลโครงการครบถ้วน การนำเสนอโครงการ และความพอใจในการดูแลหลังการขายของพนักงานขาย เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินพิจารณาที่สุดในเรื่องการ ได้รับข้อมูลโครงการครบถ้วน การนำเสนอโครงการ และความพอใจในการดูแลหลังการขายของพนักงานขาย เหมือนกันทั้ง 3 โครงการ ส่วนเรื่องความพอใจในการบริการของพนักงานขาย ผู้ซื้อโครงการเหล่าและโครงการปิ่นนิตพิจารณามากที่สุด แต่ผู้ซื้อโครงการครามพิจารณา

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 วัตถุประสงค์ซื้อ พิจารณามากที่สุด คือ ความพอใจในการให้บริการของพนักงานขาย ได้รับข้อมูลของโครงการอย่างครบถ้วน การนำเสนอโครงการเข้าใจง่าย และความพอใจในการดูแลหลังการขายของพนักงานขาย ค่าเฉลี่ยรวม 4.64 5.00 4.92 และ 4.72

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษา ผู้วิจัยนำข้อมูลมาสรุปผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์คือ ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ซื้อเพื่อการลงทุน และซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน พร้อมทั้งอภิปรายผลและเสนอแนะ ดังนี้

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

##### 6.1.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์

ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มมีลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจที่เหมือนกันคือ ผู้ซื้อจะอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน เป็นเจ้าของกิจการ และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 200,001-300,000 บาท อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและผู้ซื้อเพื่อการลงทุน พักอาศัยอยู่ต่างประเทศมากกว่าผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ส่วนรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่ 400,001-500,000 บาท และ มากกว่า 500,000 บาทมากกว่าผู้ซื้อเพื่อการลงทุนและผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

##### 6.1.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์

###### ขั้นตอนตระหนักถึงความต้องการซื้อ

ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินตระหนักซื้อเหมือนกันคือ ความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ต้องการที่พักในเมือง ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนตระหนักซื้อถึง การลงทุนกับคอนโดมิเนียมน่าจะขาย/เช่าเร็วกว่าบ้าน ลงทุนกับคอนโดมิเนียมดีกว่าฝากเงินธนาคาร มูลค่าของคอนโดมิเนียมเพิ่มเร็วกว่าและสูงกว่าบ้าน และคอนโดมิเนียมขายได้กำไรมากกว่าบ้าน

###### ขั้นตอนแสวงหาข่าวสาร

วิธีการรู้จักโครงการ ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มรู้จักโครงการเหมือนกันคือ รู้จักโครงการผ่านทางโทรศัพท์ ทางอีเมลล์ ทางไลน์ และไปรษณีย์ ทั้งนี้ ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มเริ่มหาข้อมูลเหมือนกันคือ พนักงานขายนำมาให้ดู โทรถามพนักงานขาย และเข้ามาที่สำนักงานขายเอง อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน เริ่มหาข้อมูลโครงการโดยพนักงานขายส่งมาทางไลน์

###### ขั้นตอนประเมินทางเลือก

ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อการลงทุนจะเปรียบเทียบเหมือนกันคือ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นทั้งในและนอกพื้นที่การศึกษา ส่วนผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินจะเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่กรณศึกษาอย่างเดียว

### ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ

ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินคิดเหมือนกันคือ วางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์อีก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนยังไม่วางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์อีก

ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีขั้นตอนที่สำคัญ คือการที่มีพนักงานขายทำหน้าที่ส่งข้อมูลไปยังลูกค้า โดยเริ่มต้นจากการประชาสัมพันธ์โครงการทางโทรศัพท์ไปแจ้งให้ทราบโดยตรง จากนั้นจะมีการนำข้อมูลไปเสนอถึงที่ บริการรับส่งดูห้องตัวอย่าง เป็นต้น เพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้ซื้อ ในขั้นตอนตระหนักถึงความต้องการซื้อ ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินตระหนักซื้อเหมือนกันคือ ความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนตระหนักซื้อถึง การลงทุนกับคอนโดมิเนียมน่าจะขาย/เช่าเร็วกว่าบ้าน ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ซื้อเพื่อการลงทุน และผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินเปรียบเทียบเหมือนกันคือ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่กรณีศึกษา ส่วนผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและผู้ซื้อเพื่อการลงทุนมีการเปรียบเทียบกับโครงการอื่นนอกพื้นที่กรณีศึกษาด้วย ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินวางแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์อีก ส่วนผู้ซื้อเพื่อการลงทุนยังไม่วางแผนที่จะซื้ออีก

#### 6.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ 3 ลำดับแรก คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา และด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มพิจารณาสิ่งอำนวยความสะดวกรอบโครงการ และพื้นที่โครงการมีแนวโน้มราคาที่ดินจะสูงขึ้นในอนาคตเหมือนกันคือ พิจารณามากที่สุด อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มพิจารณาเรื่องใกล้ที่ทำงาน โรงเรียนลูก และใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติพี่น้องเป็น พิจารณามาก และพิจารณาปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาเหมาะสมและปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างเหมาะสม ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มเหมือนกันคือ พิจารณามากที่สุด อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มพิจารณายี่ห้อของวัสดุที่มีชื่อเสียงระดับโลกและความสะดวกในการทำอะไรก็ตามเปลี่ยน หากชำรุดเหมือนกันคือ พิจารณามาก ส่วนจำนวนเงินผ่อนดาวน์และระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสมพิจารณาเหมือนกันคือ พิจารณาปานกลาง

ผู้ซื้อทั้ง 3 กลุ่มพิจารณาปัจจัยด้านการดูแลของพนักงานขายทุกหัวข้อเหมือนกันคือ พิจารณามากที่สุด ได้แก่ ความพอใจในการให้บริการ ได้รับข้อมูลโครงการครบถ้วน การนำเสนอโครงการที่เข้าใจง่าย และการบริการหลังการขาย ทั้งนี้ ยังพิจารณาปัจจัยด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เรื่องส่วนลดเงินสด ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ เรื่องเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการและความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจเหมือนกันคือ พิจารณามากที่สุด เช่นกัน



## 6.2 อภิปรายผล

จากผลงานวิจัยนี้ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาระบบตัดสินใจซื้อ ดังนี้ 1. ตระหนักถึงความต้องการซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองซื้อเพราะความสะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนกัน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนต้องการซื้อเพราะลงทุนกับคอนโดมีเนียมน่าจะขาย/เช่าเร็วกว่าบ้าน และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินซื้อเพราะขายง่าย ขายต่อได้ราคา 2. แสวงหาข่าวสาร วิธีการรู้จักโครงการ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ซื้อรู้จักโครงการโดยมีพนักงานขายโทรศัพท์มาแจ้งเหมือนกัน วิธีการเริ่มหาข้อมูลโครงการ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองจะมีพนักงานขายนำข้อมูลโครงการมาให้ดู กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนจะเข้ามาที่สำนักงานขายเอง และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินจะมีทั้งพนักงานขายนำข้อมูลโครงการมาให้ดูและเข้ามาที่สำนักงานขายเอง 3. ประเมินทางเลือก กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อการลงทุนจะเปรียบเทียบกับโครงการอื่นทั้งในและนอกพื้นที่กรณีศึกษาเหมือนกัน แต่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินจะเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในพื้นที่กรณีศึกษาอย่างเดียว 4. พฤติกรรมหลังการซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองและซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินวางแผนที่จะซื้อคอนโดมีเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์อีกเหมือนกัน แต่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุนยังไม่วางแผนที่จะซื้อคอนโดมีเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์อีก แตกต่างจากงานวิจัยของปกรณัม พันธจิตวุฒิชัย (2558) กล่าวว่า “กระบวนการตัดสินใจซื้อแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ เกิดจากผู้ซื้อต้องการอิสระ ไม่พอใจสภาพแวดล้อมที่อยู่เดิมหรือต้องการที่อยู่ใกล้แหล่งงาน กระตุ้นให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ 2) การสืบค้น ผู้ซื้อรู้จักโครงการผ่านป้ายโฆษณาในพื้นที่ 71% รองมาคืออินเทอร์เน็ต 36% จะสืบค้นหาข้อมูลเองในเวลาบ่ายและกลางคืน 3) การประเมินตัวเลือก ผู้ซื้อมีโครงการในใจ 2-3 แห่ง เพื่อประเมินที่ตั้ง การเข้าออก และสภาพแวดล้อม 4) การตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อไปยังโครงการที่ซื้อ 2 ครั้ง กับสมาชิกในครอบครัว 5) ความรู้สึกหลังการซื้อ สิ่งที่ผู้ซื้อคำนึงถึง ได้แก่ การบริการหลังการขาย การรับประกัน” โดยเฉพาะในขั้นตอนการแสวงหาข่าวสาร ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ทั่วไป ผู้ซื้อจะรู้จักโครงการผ่านป้ายโฆษณา และเริ่มหาข้อมูลโครงการด้วยตัวเอง แต่ในการซื้อคอนโดมีเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ ผู้ซื้อจะรู้จักโครงการผ่านการแจ้งของพนักงานขายทางโทรศัพท์ และพนักงานขายจะนำข้อมูลโครงการเอาไปให้ผู้ซื้อดูถึงที่นัดหมาย ซึ่งเป็นการกระตุ้นการซื้อไปยังผู้ซื้อกลุ่มนี้

2. จากผลการศึกษา การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 36 ตัวอย่าง ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตัวผู้ซื้อเองก็ตาม แต่ในรายละเอียดกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด ยังคงเป็นสามี/ภรรยา/ลูก จำนวน 6 คน สอดคล้องกับผลวิจัยของธงชัย ชูสุน (2557) เกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมีเนียม กล่าวว่า “ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ครอบครัว บิดา-มารดา ญาติพี่น้อง” ดังนั้นในการซื้อเพื่อพักอาศัยเองยังคงต้องมีการปรึกษารอบรั้วคนรอบข้างก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่นเดียวกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเองให้รายละเอียดว่า “หลังจากดูห้องตัวอย่างแล้ว กลับมาปรึกษากับที่บ้าน จึงจอง”

### 6.3 ข้อค้นพบ

1. ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ทั้ง 3 กลุ่ม คือกลุ่มซื้อเพื่อพักอาศัย กลุ่มซื้อเพื่อการลงทุนและกลุ่มซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน มีลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจคล้ายคลึงกันคือ อยู่ในอายุช่วง 41-50 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี พักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในและมีบางส่วนเป็นผู้ซื้อที่พักอาศัยในต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ และมีรายได้ส่วนตัว 200,001-300,000 บาทต่อเดือน อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่มากกว่ากลุ่มผู้ซื้อเพื่อการลงทุนและผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อมีขั้นตอนที่สำคัญ คือการที่มีพนักงานขายทำหน้าที่ส่งข้อมูลไปยังลูกค้า โดยเริ่มต้นจากการประชาสัมพันธ์โครงการทางโทรศัพท์แจ้งโดยตรง และจะนำข้อมูลโครงการออกไปพบกับผู้ซื้อเองเพื่อนำเสนอโครงการและกระตุ้นการซื้อ รวมถึงการบริการรับส่งมาดูแลห้องตัวอย่าง เป็นต้น นอกเหนือจากการพัฒนาโครงการที่ต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อแล้ว หัวใจสำคัญประการหนึ่งของการขายคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ คือ การบริการและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อ ดังนั้นพนักงานขายจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการบริการการขายคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์

3. ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ทั้ง 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ซื้อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ราคา และวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดโดยเฉพาะการที่ต้องใช้วัสดุที่มีชื่อเสียงระดับโลกและความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน

### 6.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต ดังนี้

#### 6.4.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. เนื่องจากพนักงานขายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญและเป็นผู้มีบทบาทในกระบวนการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นที่จะจัดฝึกอบรมการบริการแก่พนักงานขายให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้สูง เพื่อประสิทธิภาพในการขายสูงสุด

2. ผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจถึงนิสัยและพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้สูง ถึงความชอบและความต้องการ เพื่อออกแบบโครงการและเลือกวัสดุที่จะใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการแก่ผู้ซื้อกลุ่มนี้อย่างพึงพอใจสูงสุด

#### 6.4.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีผลกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งยังขาดการวิเคราะห์ของผู้ซื้อในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ หากอนาคตผู้ที่จะทำวิจัยต่อ สามารถทำเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ นั่นคือ ปัจจัยด้านความคิดและการวิเคราะห์ในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ
2. งานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาจากโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์ และทองหล่อ กรุงเทพมหานครเท่านั้น ผู้จะทำวิจัยควรศึกษาพื้นที่อื่น แล้วนำมาศึกษาเปรียบเทียบ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ในพื้นที่อื่น



## รายการอ้างอิง

- Chadha, R. (2006). HUSBAND, P. *The cult of the Luxury Brand, Inside Asiss Love Affair with Luxury*. London, Nicholas Brealey International, 2007.(Primera Edición 2006).
- Friedman, H. H., & Amoo, T. (1999). Rating the rating scales.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*: Simon and Schuster.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Administração de marketing.
- Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: a field study. *Journal of marketing research*, 234-245.
- Monroe, K. B. (1971). Measuring price thresholds by psychophysics and latitudes of acceptance. *Journal of marketing research*, 460-464.
- Parasuraman, A. (1998). Customer service in business-to-business markets: an agenda for research. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13(4/5), 309-321.
- Phau, I., & Prendergast, G. (2000). Consuming luxury brands: the relevance of the 'rarity principle'. *The Journal of Brand Management*, 8(2), 122-138.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior*, 5rd. NY: McGraw-Hill.
- Snyder, C. R., & Fromkin, H. L. (1977). Abnormality as a positive characteristic: The development and validation of a scale measuring need for uniqueness. *Journal of Abnormal Psychology*, 86(5), 518.
- Tellis, G. J. (1988). The price elasticity of selective demand: A meta-analysis of econometric models of sales. *Journal of marketing research*, 331-341.
- Thinkofliving.com. (2555). ประเภท Segment ของคอนโดมิเนียม. Retrieved 1 กันยายน, 2559, from [www.thinkofliving.com](http://www.thinkofliving.com)
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study in the evolution of institutions*.
- Vroom, V. H. (2005). On the origins of expectancy theory. *Great minds in management: The process of theory development*, 239-258.

- Zeithaml, V. A., Parasuraman, Anathanarayanan, Berry, Leonard L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*: Simon and Schuster.
- เกริก บุญโยธิน. (2556). คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชั่ววูบเปลี่ยน. Retrieved 1 กันยายน, 2559, from <http://www.oknation.net>
- ขจิต ล้วนพิชญ์พงศ์. (2558). นิยามของความ Luxury ในคอนโดมิเนียม. Retrieved 1 กันยายน, 2559, from <http://www.propholic.com>
- ฉัตยาพร เสมอใจ, ม. ส. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็กสเปอร์เน็ด.
- ฉัตรฟ้า โชคสมเกษม. (2558). การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.
- ชวลิต ประภวานนท์, ส. ห., สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์, สุตา สุวรรณภิญโญ, ศิริวรรณ เสรีรัตน์,. (2539). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา.
- ชินนุกร พรภาณุวิชญ์. (2540). ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษาจังหวัดแพร่. (วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย), มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- ดร.เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ธงชัย ชูสุน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล. (2540). ทฤษฎีความคาดหวัง. Retrieved 1 กุมภาพันธ์, 2560, from [www.novabizz.com](http://www.novabizz.com)
- ปกรณ์ พันธุ์จิตวุฒิชัย. (2558). กระบวนการและปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็ก : กรณีศึกษา เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร. (เคหพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. Retrieved from <http://ezproxy.car.chula.ac.th:2074/handle/123456789/51018>
- ผศ.ดร.วาโร เฟิงส์สวัสดิ์. (2553). สถิติประยุกต์ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุวีรียาสาส์น.
- พัชรี มหาลาภ. (2538). แนวคิดความคาดหวัง. Retrieved 1 กุมภาพันธ์, 2560, from [www.stpa.ac.th](http://www.stpa.ac.th)

- ภาวิณี แสงมณี, ด. ๓. อ. (2558). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมของพนักงานบริษัท บริเวณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน. บทความวิชาการ.
- ริชนี สาริกบุตร. (2558). Super Prime and Prime Condominium. Retrieved 1 กันยายน, 2559, from <http://www.knightfrank.co.th/research>
- ศรินิตย์ บุญทอง. (2521). ความคาดหวังในบทบาทและตำแหน่งพัฒนาการที่มีวุฒิจบปริญญาและไม่จบปริญญา. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, พัฒนาสังคม), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ป. ๓., ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปะทะวานิช,. (2538). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สมลักษณ์ เพชรช่วย. (2540). แนวคิดความคาดหวัง. Retrieved 1 กุมภาพันธ์, 2560, from <http://tpa.or.th/writer/read>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 6 โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิชาติ สุขสินธ์. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรใน กรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. (2547). การสร้างภาพลักษณ์ ตราสินค้า เครื่องมือเชิงกลยุทธ์สู่ชัยชนะใน สงครามตลาดปัจจุบัน. การตลาดแห่งประเทศไทย.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## ข้อมูลทุติยภูมิจากแบบสอบถาม

(แบบสอบถามชุดนี้เป็นของบริษัทซีบีอาร์อี ประเทศไทย จำกัด (ที่ปรึกษาอสังหาริมทรัพย์) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ประกอบเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ลักษณะสังคมและเศรษฐกิจ)

1. อายุ
  - 20 -30 ปี
  - 31 -40 ปี
  - 41 -50 ปี
  - มากกว่า 50 ปี
2. สถานะ
  - โสด
  - แต่งงาน
  - หย่าร้าง
  - แยกกันอยู่
3. ระดับการศึกษา
  - ต่ำกว่าปริญญาตรี
  - ปริญญาตรี
  - ปริญญาโท
  - ปริญญาเอก
4. ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ ..... ถนน .....  
แขวง/ตำบล .....เขต/อำเภอ .....  
จังหวัด ..... รหัสไปรษณีย์ .....
5. โทรศัพท์มือถือ .....อีเมลล์ .....
6. รายได้ต่อเดือน
  - น้อยกว่า 100,000 บาท
  - 100,001-200,000 บาท
  - 200,001-300,000 บาท
  - 300,001-400,000 บาท
  - 400,001-500,000 บาท
  - มากกว่า 500,000 บาท
7. จำนวนห้องนอนที่ต้องการ
  - 1 ห้องนอน
  - 2 ห้องนอน
  - 3 ห้องนอน
  - 4 ห้องนอน
8. ขนาดของห้องชุด ที่ต้องการ (ตารางเมตร)
  - น้อยกว่า 100 ตรม.
  - 101-150 ตรม.
  - 151-200 ตรม.
  - 201-300 ตรม.
  - มากกว่า 300 ตรม.



## 9. งบประมาณที่ตั้งไว้

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 30 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 30-35 ล้านบาท      |
| <input type="checkbox"/> 35-40 ล้านบาท      | <input type="checkbox"/> 40-45 ล้านบาท      |
| <input type="checkbox"/> 45-50 ล้านบาท      | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50 ล้านบาท |

## 10. วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้าน (ข้อ1 ระบุได้มากกว่า)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่ออยู่อาศัย                 | <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน           |
| <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อการลงทุนระยะสั้น (ขายต่อ) | <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อการลงทุนระยะยาว (ปล่อยเช่า) |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....                        |   |

## 11. สื่อที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูล (3-1 เรียงลำดับ)

- |                                   |                                   |                                    |                               |
|-----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Line |
|-----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|

## 12. ท่านทราบข่าวของโครงการจากสื่อใด (ข้อ1 ระบุได้มากกว่า)

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> CBREตัวแทนขาย ซีอาร์อี/ | <input type="checkbox"/> ป้ายหน้าโครงการ | <input type="checkbox"/> เพื่อนหรือญาติ    |
| <input type="checkbox"/> จดหมาย                  | <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา       | <input type="checkbox"/> E-mail.....       |
| <input type="checkbox"/> นิตยสาร                 | <input type="checkbox"/> CBRE website    | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์      |
| <input type="checkbox"/> SMS/ข้อความโทรศัพท์     | <input type="checkbox"/> Other website   | <input type="checkbox"/> Others/อื่นๆ..... |

## แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

เรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีบริเวณพื้นที่พร้อม  
พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการเกล้า ทองหล่อ 13 โครงการปัทม  
สุขุมวิท 32 และ โครงการคราม สุขุมวิท 26

หมายเหตุ: แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อการวิจัยทางวิชาการเท่านั้น

ผู้วิจัย วิชาญพัชร์ พยัตตานนท์ เบอร์โทรติดต่อ 096 656 9646

นิสิต ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง :โปรดกรอกข้อความลงในช่องว่างและเขียนเครื่องหมายถูก (✓) (หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเพียง  
คำตอบเดียว

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ :

เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชวรีบริเวณพื้นที่  
พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร

1. อาชีพ .....
2. รูปแบบ/ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบันของท่าน เป็นแบบใด
 

<input type="checkbox"/> บ้านเดี่ยว	<input type="checkbox"/> บ้านแฝด
<input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม	<input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนต์
<input type="checkbox"/> อาคารพาณิชย์	<input type="checkbox"/> ทาวน์เฮ้าส์
<input type="checkbox"/> อื่นๆ	
3. ลักษณะการครอบครองกรรมสิทธิ์ที่อยู่ปัจจุบันของท่าน เป็นแบบใด และมีผู้อยู่อาศัยร่วมในบ้านจำนวนกี่  
ท่าน
 

<input type="checkbox"/> เป็นเจ้าของเอง	(คน.....ผู้อยู่อาศัยร่วมในบ้าน)
<input type="checkbox"/> เป็นของบิดา มารดา	(คน.....ผู้อยู่อาศัยร่วมในบ้าน)
<input type="checkbox"/> เช่าอาศัย	(คน.....ผู้อยู่อาศัยร่วมในบ้าน)
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	(คน.....ผู้อยู่อาศัยร่วมในบ้าน)

## 4. รายได้ต่อเดือน

- น้อยกว่า 100,000 บาท       100,001-200,000 บาท       200,001-300,000 บาท  
 300,001-400,000 บาท       400,001-500,000 บาท       มากกว่า 500,000 บาท

## ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการซื้อ :

เพื่อวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีทรีบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และ  
ทองหล่อ กรุงเทพมหานคร

1. ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์

.....

2. เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไร

.....

3. หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีทรีจะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ  
ต้นๆ (3 ลำดับแรก) เพราะเหตุใด

.....

4. ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณ  
พื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.....

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือใคร

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บิดา มารดา             | <input type="checkbox"/> ภรรยา/สามี(ถ้ามี) |
| <input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง            | <input type="checkbox"/> เพื่อน            |
| <input type="checkbox"/> พนักงานขายประจำโครงการ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....       |

6. ท่านมีอสังหาริมทรัพย์อื่น นอกเหนือจากที่พักอาศัยปัจจุบันของท่านอีกหรือไม่ ถ้ามี อะไรบ้าง

- |   |                   |
|---|-------------------|
| <input type="checkbox"/> บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด   | (จำนวน.....หลัง)  |
| <input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม         | (จำนวน.....ยูนิต) |
| <input type="checkbox"/> อาคารพาณิชย์         | (จำนวน.....ตึก)   |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ ..... | (จำนวน.....หน่วย) |

7. จากข้อ 6 ทำเลที่ตั้งของอสังหาริมทรัพย์อื่น นอกเหนือจากที่พักอาศัยปัจจุบันของท่านอยู่ที่ใด

- บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด .....

- คอนโดมิเนียม .....
- อาคารพาณิชย์ .....
- อื่นๆ โปรดระบุ .....

8. หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด
- .....

**คำชี้แจง :**โปรดเขียนเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องว่าง ตามตัวเลขมีความหมายดังนี้ (5มากที่สุด = , 4 = มาก, 3 ปานกลาง =, 2 น้อย =, 1 น้อยที่สุด =

**ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ :**

**เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ บริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานคร**

1. ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ คืออะไร (เรียงลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก)
- ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ  ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ
- ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมกายภาพ/  ปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด
- ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ  ปัจจัยด้านราคา/ระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์
- ปัจจัยโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย  ปัจจัยด้านการต้อนรับ/ดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน

2. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. การเดินทางสะดวก สามารถเลือกใช้ได้หลายช่องทาง					
2. ใกล้ที่ทำงาน					
3. ใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง					
4. เส้นทางในการสัญจรกว้างและปลอดภัย					
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกรอบโครงการ เช่น ซูเปอร์มาเก็ต ร้านอาหาร โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า					
6. พื้นที่ที่มีความเจริญและมีแนวโน้มราคาที่ดินจะสูงขึ้นในอนาคต					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

3. ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. มีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของผู้ประกอบการ					
2. ผู้ประกอบการดำเนินกิจการมานาน ผลงานเด่นชัด					
3. ผู้ประกอบการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และมีสถาบันการเงินสนับสนุน					
4. ผู้ประกอบการมีความซื่อตรงในการดำเนินธุรกิจ					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

4. ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรม/กายภาพ

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. การออกแบบ/สถาปัตยกรรมของโครงการ					
2. ขนาดห้องชุด/ขนาดพื้นที่ใช้สอย					
3. การออกแบบแปลนห้อง/การออกแบบพื้นที่ใช้สอย					
4. จำนวนยูนิตไม่หนาแน่นเกินไป					
5. การออกแบบให้มีความสะดวกและความเป็นส่วนตัวในการเข้าห้องชุดจากที่จอดรถ					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

## 5. ปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. วัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา					
2. ยี่ห้อของวัสดุที่ใช้มีชื่อเสียงระดับโลก					
3. ความสะดวกในการหาอะไหล่มาเปลี่ยน หากชำรุด					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

## 6. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. ความพิเศษมากกว่าโครงการอื่น เช่น ห้องสปา สกายเลาจน์					
2. ที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม					
3. ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม					
4. นิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

## 7. ปัจจัยด้านราคาระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์/

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. ราคาขายเหมาะสม					
2. จำนวนเงินผ่อนดาวน์เหมาะสม					
3. ระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสม					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

7.1 ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด

.....

7.2 ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์

.....

8. ปัจจัยโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. ส่วนลดเงินสด					
2. เฟอร์นิเจอร์/เครื่องใช้ไฟฟ้าแพ็คเกจ					
3. บัตรกำนัลสำหรับร้านอาหาร/ห้างสรรพสินค้า					
4. สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น บริการส่งอาหาร บริการซักอบรีด					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

9. ปัจจัยด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของพนักงาน/

ข้อพิจารณา	5	4	3	2	1
1. ความพอใจในการให้บริการของพนักงานขาย					
2. ได้รับข้อมูลของโครงการอย่างครบถ้วน					
3. การนำเสนอโครงการเข้าใจง่าย					
4. ความพอใจในการดูแลหลังการขายของพนักงานขาย					

ท่านมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

10. ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร

.....

11. จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....





บทสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการโครงการเช่า ทองหล่อ 13 โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32 และ  
โครงการคราม สุขุมวิท 26

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1: คุณสุกฤษฎี เลียงสุขสันต์ โครงการเช่า ทองหล่อ 13 โดย Gaysorn Property สัมภาษณ์วันที่ 11 มกราคม 2560</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>คำถามแรกคือว่า ทางเพชรตอนที่เริ่มดิเวลลอปโครงการนี้มีแนวคิดยังไง ทำไมถึงเลือกที่ดินผืนนี้</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> ตอนแรกเราดูที่ดินที่ดินตรงเอกมัยไว้ก่อน เพราะว่าเราชอบที่ดินที่มีความเป็นส่วนตัว เราจะเลือกที่ดินที่ดูแล้วมีความเป็นส่วนตัวอันดับหนึ่งทุกที่ แต่ว่าตอนนั้นเราดูที่ดินตรงนั้นแล้วรู้สึกว่าราคาขึ้นมาแล้ว พอมันทำปริศนาขายต่อตารางเมตร มันจะค่อนข้างขายยาก ทีนี้ผู้บริหารของเพชรมีที่ดินที่ของตระกูลอยู่ เป็นที่ดินที่เหมือนสัญญาเช่ากำลังจะหมดพอดีกับร้านอาหารต้นเครื่อง จริงๆตอนแรกแกล้งแพลนว่าจะทำบ้านแกเอง ทีนี้เรารู้สึกว่ามันเป็นที่ดินที่เหมาะสมในหลายด้านคือไม่ว่าจะเรื่องของการเดินทาง ถึงไม่ได้ใกล้ BTS แต่ว่าเราก็มุ่งไปที่คนที่มีรถส่วนตัวอยู่แล้ว และมันเป็นจุดศูนย์กลางของซอยทองหล่อ เป็นหัวมุมที่ซอย ที่สามารถทะลุไปได้ 13 3 ค่อนข้างไกลไปจนถึงซอย 1 ซอย 39 มีจุด shortcut อยู่บนถนนทองหล่อที่ค่อนข้างกว้าง แล้วรอบๆก็มีทั้งโรงเรียนนานาชาติ มีโรงพยาบาล มีซูเปอร์มาร์เก็ต มีร้านอาหาร เราว่าเป็นจุดที่คนมีไลฟ์สไตล์ที่ค่อนข้างชัดเจนอยู่และนี่คือเหตุผล</p>	<p>ค ว า ม เป็น ส่วนตัว ปริศนา</p>	<p>เลือกที่ดินเน้นความ เป็นส่วนตัว และสามารถทะลุไปถนนต่างๆได้</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>ตอนดิเวลลอปโครงการมีแนวคิดยังไง คือทำการรีเสิร์ทว่าลูกค้ามีความต้องการลักษณะห้องแบบไหนหรือว่าการดีไซน์ออกมายังไง เพื่อที่จะทำให้มันตอบสนองกับความ ต้องการของลูกค้าแล้วก็ขายได้หรือไม่</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> ตัวรีเสิร์ทว่ามีดีมานด์ชีพหลายอะไรยังไงอันนี้จะเป็นแผนกพรอพเพอร์ตี้ ดิเวลลอปเมนท์ ซึ่งอาจจะไม่ทราบข้อมูลแบบลึกๆ แต่จริงๆแล้วเราตั้งใจไว้ว่าเราจะทำคอนเซ็ป</p>	<p>ทำเล</p>	<p>ผู้ประกอบการเลือก ทำ เ ล ที่ ตั ง ที่ ตอบสนองต่อทุกวิถีชีวิตและอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตทุกรูปแบบพร้อมความใส่ใจใน</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ตามดีเอ็นเอของเพชรเหมือนเดิม คือจะเน้นความเป็นส่วนตัว แล้วก็จริงๆ มั่นเป็นที่ดินที่อยู่บนทองหล่อ ช่วงแรกเราก็อยากจะทำรีเทลด้านหน้า แล้วก็ด้านหลังเป็นเรสซิเดนซ์ แต่เราก็เปลี่ยนความคิด เราตั้งใจจะทำด้านหน้าให้เป็นแลนด์สเคปแทน แล้วก็อยากให้มันเป็นแลนด์มาร์คของทองหล่อ เป็นตึกที่มีความพรีเมียม แล้วก็ด้านนอกก็จะมีอะไรก็ตาม happening อยู่บนทองหล่อ แต่ว่าด้านในจะคงความเรียบหรู luxury แล้วก็ <u>เป็นส่วนตัวสำหรับคนที่ชอบไลฟ์สไตล์อยู่บนทองหล่อที่มีแสงสีอาร์ต ร้านอาหาร แต่ว่าเมื่อเข้ามาในที่พักตัวเองแล้วมีความเป็นส่วนตัว แล้วก็ใกล้ สะดวกสบาย ทางเพชรคิดว่าหลังจากที่ลูกค้าเข้ามาอยู่โครงการไปแล้ว เค้าจะได้อะไรนอกเหนือจากที่อยู่อาศัย คือจริงๆ มันค่อนข้างชัดเจนกับโครงการก่อนๆ ไม่ว่าจะคอนโดหรือโฮมด มั่นไม่ใช่แค่แคโลเคชั่น มั่นไม่ใช่แค่ดีไซน์ ทางเพชรเองมีกรรมสิทธิ์ห้องชุดอยู่ในทุกๆ โปรเจค ทีมผู้บริหารคือนั่งบริหารด้วยเป็นกรรมการด้วย เพราะฉะนั้นที่พักอาศัยมันไม่ใช่แค่ทุกอย่างสะอาดเรียบร้อย แต่มันเป็นการ maintain value ในระยะยาว คือถ้าคุณจะอยู่ที่ไหนก็ตามมีความสุข มันต้องมีคอมมูนิตีที่ดี แล้วอะไรก็ตามได้เรดชั่นต้องมาจากลิตเตอร์ที่ดี คือกรรมการที่เป็นคนกำหนดเส้นทางต่างๆ ที่นี้พอมีเพชรเป็นส่วนหนึ่งในกรรมการและทีมบริหารนิติบุคคล ก็เรากำหนดพวกนี้ให้ เพราะฉะนั้นสิ่งที่คุณจะได้มันไม่ใช่แค่ตึกตึกหนึ่งที่อยู่ทำเลที่ดี แต่คุณจะได้รับการบริหารงานเพื่อเพิ่ม value ที่ดีกับคอนโดมิเนียมด้วย</u></p>		<p>การบริหารอาคาร ทำให้มูลค่าของ อาคารนั้นเพิ่มสูงขึ้น</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> เห็นบอกว่าทางเพชรมีทีมนิติบุคคลเอง ทีมจีอาร์เอส หลังจากซื้อคอนโดไปแล้ว ก็จะได้อส่วนของฟรีเลจที่มันเป็นโดมอนด์เลาจ์ สามารถไปใช้ได้ทั้งที่เพชรพลาซ่า จุดขายหรือจุดเด่นของทางเพชรวัฒนาตรงนี้มีมีความสำคัญที่มันจะส่งเสริมในเรื่องของการขายหรือไม่ แล้วก็มันจะส่งเสริมในเรื่องของทางด้านภาพลักษณ์ของทางด้านโปรเจคนี้มากน้อยแค่ไหน</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> ต้องบอกว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่ใช่โดมอนด์เมมเบอร์ของเพชรพลาซ่า ที่นี้เบนเนฟิตบางท่านอาจจะไม่ได้ไปใช้</p>	<p>โปรโมชัน</p>	<p>โปรโมชันส่วนลดเงินสด เพอร์ซิเจอร์แพคเกจ บัตรกำนัลมีส่วนช่วยกระตุ้นการขาย</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>บริการเท่าไร ที่เราแจกเมมเบอร์แล้ว แต่วามันส่งผลในเรื่องความมั่นใจว่าทางเกษตรพัฒนา โครงการเหล่านี้คือเรามีเซอร์วิสเรามีบริการ แล้วเราก็มีสิทธิพิเศษต่างๆที่แบบเราให้ลูกค้าที่เมื่อคุณมาขอปิ้งในนี้คุณจะมีการทริทอีกแบบนึง อันนี้ก็ช่วยได้ถ้าเกิดคุณมาที่เกษตรปลาซ่า แล้วก็มันจะมีตัวโปรโมชันในส่วนของการขายอย่างเช่น <u>ตัวส่วนลดเงินสด เฟอร์นิเจอร์ แพงเกจ บัตรกำนัล</u> อย่างเช่นตัวก็ฟวอเซอร์ครบ ให้ไปใช้ในห้างสรรพสินค้า แล้วก็ตัวสิทธิพิเศษในการบริหารสั่งอาหารหรือว่าบริหารซั๊กอบแห้ง ตรงนี้เนี่ยทางเกษตรคิดว่ามันมีส่วนช่วยในเรื่องของงานขาย</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> เวลาคนมาซื้อพรอพเพอร์ตี้ พวกอวเซอร์ต่างๆ หรือสิทธิพิเศษบริการอะไรก็ตามเขามองเป็นสิทธิพิเศษที่จะได้ แต่วามันมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเรื่องพรอพเพอร์ตี้หรือไม่</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> อาจจะมีน้อยคนที่แบบช่วยได้ในเรื่องของอารมณ์ แต่ถ้าดูเรื่องความคุ้มค่า value พวกนี้มันไม่ได้สูงมากกับพรอพเพอร์ตี้หลักหลายสิบล้าน เพราะฉะนั้นสิ่งที่ช่วยได้จริงๆแล้วมันจะเป็นพวกส่วนลดเงินสดหรือว่าเฟอร์นิเจอร์ แพงเกจเครื่องใช้ไฟฟ้ามากกว่า ซึ่งส่วนลดเงินสดนี้ก็ชัดเจน value ต้องมากเพียงพอกับความคาดหวังของเค้า แต่ถ้าเกิดในมุมมองของเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้านี้ก็ต้องเป็นแบรนด์ที่แบบเป็นพรีเมียมกว่าที่เราใช้อยู่ อาจจะเป็นแบรนด์ระดับโลกอะไรก็ตามก็จะมีส่วนช่วยมาก</p>	<p>ส่วนลดเงินสด เฟอร์นิเจอร์ แพคเกจ บัตรกำนัล</p>	<p>ส่วนลดเงินสด เฟอร์นิเจอร์ แพคเกจ มีผลต่อการตัดสินใจ มากกว่าบัตรกำนัล</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> สำหรับในช่วงแรกก่อนที่ทางเกษตรพัฒนาจะมาใช้บริการของทางด้านเอเจนท์ของทางซีบีอาร์อี มีทำการขายเองมีรูปแบบหรือมีวิธีการขายยังไงบ้าง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> ตอนแรกเซลล์เราขายเองเราขายให้แก่ลูกค้าเก่าของผู้บริหารอย่างเดียว วิธีการก็คือเมื่อทุกอย่างอย่างคอนเฟิร์มแล้ว เราก็ทำเป็นพรีเซนเทชั่นแพคเกจ แล้วก็เราจะให้ทางนายผู้บริหารไปพูดแนะนำเองก่อนแต่ในเชิงลึกก็จะมีทีมฝ่ายขายประกบโดยอาจจะเซทอัพเป็นทานข้าว ก็เป็นผู้บริหารมากับ</p>	<p>คอนเนคชั่น</p>	<p>พนักงานขายติดต่อลูกค้าเก่า เพื่อเสนอโครงการ จากนั้นนัดพรีเซนต์โครงการ</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><u>แขกแล้วก็มีเราเข้าไปด้วย</u> หลังจากที่เค้านานข้าวกันเสร็จ เริ่มนั่งทานไวน์เราก็จะเข้าไปพรีเซนท์</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ตอนที่ซีบีอาร์อีเข้ามาดูแลงานขายให้กับทางเกษร แล้วเนี่ย คืออยากจะรู้ว่าทางเกษรเนี่ยได้แบบว่ามีให้ทางซีบีอาร์อีได้ดูแลลูกค้าของทางเกษรด้วยรีเปลา หรือว่าทางเกษรเลือกที่จะดูแลลูกค้าของตัวเองมากกว่า แล้วถ้าเกิดว่าให้ซีบีดูแลเนี่ย ได้มีการแนะนำหรือว่าอยากจะให้ทางมาร์เก็ตติ้งของทางซีบีอาร์อีเนี่ยเค้าดูแลยังไง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> จริงๆ เราเลือกที่จะดูแลเองด้วยสองเหตุผล เหตุผลแรกคือสโคปของงานส่วนเอเจนซีที่เซนต์ไว้ก็คือจะชัดเจนเพราะมันมีค่าตอบแทนอยู่ เพราะฉะนั้นคือทุกแอกชั่นที่ซีบีอาร์อีทำเนี่ยเค้าจะต้องได้เบเนฟิตในทางธุรกิจอยู่แล้ว อีกส่วนหนึ่งก็คือ ทางในมุมมองของลูกค้าเนี่ยเมื่อเค้ารู้จักกับทางผู้บริหารเกษรเนี่ยเค้าอยากได้การทรีตที่ค่อนข้างพิเศษ ไม่ได้หมายความว่าพนักงานซีบีอาร์อีทรีตไม่ดีแต่เค้าจะรู้สึกสบายใจถ้าคนที่มาดูแลเค้าเนี่ยเป็นลูกน้องของนายก็คือเพื่อนเค้าโดยตรงมากกว่า</p>	การดูแล	ลูกค้าผู้ที่รายได้สูง ต้องการบริการที่พิเศษ บุคคลที่มาให้บริการต้องสามารถไวใจได้
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> แล้วก็อยากจะถามว่า การจัดอีเวนท์ในแต่ละครั้งของทางเหล่าเนี่ย วัตถุประสงค์ของการจัดงานในแต่ละครั้งแล้วก็เป้าหมายของการจัดงานในแต่ละครั้งเนี่ยมันเป็นยังไง ซึ่งแน่นอนมันอาจจะต้องแตกต่างกับการขายที่เป็นพวกแมสโปรดักต์ทั่วไป คืออยากจะรู้ว่าการขายที่เป็นระดับ Super luxury เนี่ยคือมีความคิดหรือว่าในการจัดนี้ยังไง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> เวลาเราจัดอีเวนท์เนี่ยเราก็จะดูคร่าวๆคือสองแบบ อีเวนท์ที่เป็นเซียร์ริงอีเวนท์ กับ CRM event CRM เราจัดให้ลูกค้าเก่า แล้วก็เซียร์ริงอีเวนท์ คือเราจัดเพื่อสร้างยอดขาย แล้วก็สื่อต่างๆที่ออกไปก็จะแบ่งเป็นสองส่วนเหมือนกันคือส่วนที่สร้างอแวนสเราก็จะแมสหน่อย กับส่วนที่เจาะเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจริงๆของเราได้เห็น ของเหล่าเองเนี่ยถ้าเกิดเป็นเซียร์ริงอีเวนท์เนี่ยเราเน้นเป็นกลุ่มๆ เป็นคลัสเตอร์อย่างเดียว พอร์แมตของเราจะจัด 20-60 คนต่ออีเวนท์เพราะว่าจริงๆ</p>	อีเวนท์	ผู้ประกอบการจัดงานอีเวนท์ เชิญลูกค้าเก่า ลูกค้า-VIP ร่วมงานเปิดตัว

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>โครงการราคาค่อนข้างสูงแล้วก็คนที่สนใจที่สามารถซื้อได้จริงๆ เนี่ยไม่เยอะ เราก็จะจัดเป็นฟอร์แมตเล็กๆมากกว่า เราจะไม่ค่อยไปออกบูทหรืออะไรอย่างนี้เท่าไร ถ้าเราต้องการสร้างอแวนเนสเต็มทีก็จะเป็นแมส อีดีเอ็มแมส เอสเอ็มเอส แล้วก็บิลบอร์ด แต่ถ้าเกิดเป็นเซียร์จี้อีเวนท์เราจะส่งดีเอ็มแล้วก็โทรเชิญคอนเฟิร์มเข้างาน คอนเฟิร์มมาร่วมอีเวนท์เป็นคนๆไปเลย</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>ทีนี้ถ้าเราอยากจะรู้ว่าทาร์เก็ตของกลุ่มลูกค้าที่เชิญมาในแต่ละงานไม่ว่าจะเป็น event CRM หรือว่าเซียร์จี้อีเวนท์เนี่ยทาร์เก็ตของกลุ่มลูกค้าเป็นใคร แล้วก็การจัดอีเวนท์ในแต่ละครั้งคอนเซ็ปของงานเนี่ยคืออะไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b><u>ทาร์เก็ตของลูกค้าของเหล่าอายุอยู่ที่ประมาณ 60- 35</u> <u>ค่อนข้างมีเงินอยู่แล้ว</u> การจัดอีเวนท์ของเราก็มีสองแบบ แบบแรกคือ ดูเป็นดาต้าเบสกับไม่ว่าจะเป็นแบงค์หรือซีปียาร์อี โคทีเรียที่บอกไปตอนแรก หรือถ้าเป็นอีกส่วนหนึ่งก็คือเราจะไปจัดกับไลฟ์สไตล์แบรนด์ที่เค้ามีคาแรกเตอร์ของผู้ซื้อของเค้าใกล้เคียงกับเหล่า อย่างเช่นล่าสุดที่เราจัดกับบริษัทโลตัสอาหาร เดอวิฟก็แบบเดียวกันคือ เป็นคนที่ชอบอาร์ตเป็นคนที่ชอบคอลเลค แล้วก็ค่อนข้างเป็นคนที่ชอบพื้นที่ตกแต่งนู่นนี่อะไรอย่างนี้</p>	กลุ่มลูกค้า	ลูกค้าอยู่ช่วงอายุประมาณ 60- 35 เจ้าของกิจการ เป็นครอบครัวที่แบบค่อนข้างมีเงินอยู่แล้ว
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>อยากจะถามถึงว่าเวลาที่ทางเพชรคัดเลือกเซลล์ของทางซีปียาร์อีเข้ามา เพื่อที่จะเข้ามาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับตัวโครงการเหล่ามีหลักการในการเลือกยังไง เลือกเซลล์ที่จะมาขายประจำโครงการ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b>อันดับแรกก็คืออาจจะเป็นเรื่องของรูปร่างลักษณะภายนอกที่การแต่งกายอาจจะต้องสุภาพ แล้วมีความเป็นโปรเฟสชันนอลค่อนข้างสูง คาแรกเตอร์เป็นคนที่พูดจาสุภาพไม่โผงผาง มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างสูง <u>มีการเก็บรายละเอียดในเรื่องของการพรีเซนท์ การตอบคำถามชัดเจน</u> หลักๆประมาณนี้</p>	การนำเสนอ	ในการนำเสนอโครงการ พนักงานขาย ต้อง ทราบ รายละเอียด โครงการและตอบคำถามได้ชัดเจน
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>รูปแบบของงานขายสำหรับตัวเซลล์แกลอรี่หรือ</p>	ห้องตัวอย่าง	พนักงานขายพาชม

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ว่าห้องตัวอย่างมีความสำคัญแล้วก็ส่งผลต่องานขายมากน้อยเพียงใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> เซลล์แกลอรีมันเหมือนเป็นความมั่นใจของลูกค้า ความมั่นใจในที่นี้คือเมื่อลูกค้ามา visit ลูกค้าได้เห็นบรรยากาศรอบๆโครงการ ลูกค้าได้เห็นว่าได้เข้ามาดูห้องตัวอย่างแล้วเห็นวัสดุจริง แล้วกับสีลิ่งที่เราให้ความกว้างยาวพิตตั้งต่างๆ เครื่องใช้ไฟฟ้า เมื่อมาประกอบกันแล้วรูปร่างหน้าตามันจะเป็นยังไง เพราะว่าลูกค้าบางคนก็อาจจะจินตนาการไม่ออกจากเลย์เอาท์ คือมันสร้างความมั่นใจแล้วก็มันทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจมากกว่าเพราะว่าลูกค้าจะได้ข้อมูลที่ค่อนข้างครบแบบ ที่บางอย่างก็ไม่ต้องอธิบายอะไรมาก จะมองเห็นและจินตนาการได้เลย</p>		<p>ห้องตัวอย่าง ห้องตัวอย่างจะสร้างความมั่นใจและสร้างอารมณ์ความอยากซื้อแก่ลูกค้า</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> สุดท้ายอยากจะถามว่าทางเพชรวิวัฒนาสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อโครงการได้อย่างไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> อย่างแรกเลยน่าจะเป็นเรื่องของวัสดุอะไรก็ตามที่เราใช้เนี่ย คือพอเข้ามาในห้องตัวอย่างแล้ว จะสามารถพูดได้ว่าแต่ละอย่างที่เราเลือกเพราะอะไร อย่างเช่นพวกเตาไฟฟ้าที่เป็นเบดส์โซนี่ เหตุผลในเรื่องของไม่ว่าจะเป็นกรรมวิธีการผลิต ความทนทาน หรือการบริหารหลังการขาย ซึ่งเราได้ไปคุยกับดีลเลอร์มาทั้งหมด แล้วก็ไม่ว่าจะเป็นตู้เย็นฟรีเวอร์ แอนด์เพลเคลเนี่ยมมันมีคอมเพลสเซอร์ที่ใช้ตัวเดียวกับตู้เย็นระดับโลกในราคาที่คุ้มค่า คือจริงๆในเรื่องความเชื่อมั่น ถ้ามาดูที่สเปคซีฟิเคชันของเราแล้ว วัสดุต่างๆที่เราใช้เราเลือกแล้วมีการคิดทุกชิ้น เลย์เอาท์ในห้อง มุมต่างๆ แม้แต่ตัวตักด้านนอกเองไม่ใช่แค่เน้นสวยอย่างเดียวแต่เราอยากให้การทำความสะอาดดูแลรักษาในระยะยาวเนี่ยมันราบรื่น</p>	<p>การออกแบบวัสดุที่ก่อสร้าง</p>	<p>การออกแบบและการเลือกวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง คำนึงถึงความคุ้มค่า ความทนทาน การดูแลรักษา ความปลอดภัย จนถึงการบริการหลังการขาย</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ถ้าเกิดว่าลูกค้าเนี่ยเค้าทราบถึงแบคกราวด์ของทางเพชรแล้ว คืออยากจะรู้ว่ามียุคเก่าที่เค้าเป็นลูกค้าของทางโตมซหรือว่าลูกค้าของทางโหมต สุขุมวิท มีการกลับมาซื้อ 61 ซ้ำหรือเปล่า แล้วเค้ากลับมาซื้อซ้ำเพราะอะไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> มีการกลับมาซื้อซ้ำเพราะเพชร บางท่านชอบที่</p>	<p>การซื้อซ้ำ</p>	<p>ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและบริการที่ประทับใจ</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
เขารู้จักได้ใกล้ชิดกับผู้บริหารจริงๆ จากตึกที่เค้าอยู่ไม่ว่าจะเป็นโหมตหรือโดมซึกก็ตามที่เขาได้คุยแล้วเค้าได้ฟังผู้บริหารพูดในที่ประชุมใหญ่ถึงการรับทราบปัญหาและแนวทางการแก้ไขที่ชัดเจนแล้วก็ค่อนข้างไว		
<b>ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2: คุณอภิรมย์ สถานุชาติ โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32 โดย SC Asset</b> <b>สัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2560</b>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คำถามแรกต้องการอยากรู้อะไรบ้างว่าทำไมถึงเลือกทำเลโลเคชั่นของตรงหัวมุมสุขุมวิท 32</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> เริ่มแรกก่อนที่เราจะเริ่มสุขุมวิท 32 ก่อนหน้านั้นเรามีโครงการเดอะเคส สุขุมวิท 34 ซึ่งประสบความสำเร็จค่อนข้างมากเลย เพราะฉะนั้นเราก็จะทราบว่าทำเลสุขุมวิทหรือบริเวณใกล้เคียง ทองหล่อมีลูกค้าที่มั่งคั่งมากพอมาซื้อคอนโดในระดับลักซ์ชัวร์ได้ เราก็เลยมองว่าพื้นที่ตรงสุขุมวิท 32 น่าจะตอบโจทย์ ด้วยความที่มันอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ไกลจากตัวรถไฟฟ้าทองหล่อด้วยเราก็เลยเลือกที่ดินตรงนี้</p>	งบประมาณ	ทำเลพร้อมพงษ์ทองหล่อ เป็นทำเลที่ผู้มั่งคั่งสูงต้องการซื้อ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ทำไม SC asset ถึงเลือกที่จะเอาพื้นที่ตรงนี้มาทำเป็นคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ที่ดินตรงนี้มีที่มานิดนึง ที่ว่าคอนเซ็ปก่อนที่จะมาเป็นบิคนิคคือมันเป็นโรงแรมเรเคโฮเทล ก็คือว่าเราเอาคอนเซ็ปเดิมของที่ดินมันที่เป็นสถาปัตยกรรมในช่วงประมาณยุค 50-60 เอามาพัฒนาเป็นคำว่าบิคนิคเป็นดีไซน์ของตัวอาคารซึ่งมันจะเป็นคอนโดระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ที่มีความอาร์ตมีความเท่ คือมันจะไม่เหมือนซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ที่อื่นที่จะเน้นแบบหรูหราโอ้อ่า แต่อันนี้มันจะเน้นความยูนิคของตัวมัน</p>	คอนเซ็ป	สถาปัตยกรรมตัวอาคารมีคอนเซ็ปดีไซน์ที่ชัดเจนว่าตัวตึกแตกต่างจากตึกอื่น
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ถ้างั้นอยากจะลองให้ขยายตัวคอนเซ็ปดีไซน์ของตัวโครงการให้หน่อย</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> คอนเซ็ปมันจะมีเอกลักษณ์อย่างที่เราบอกว่ามันจะมีความยูนิค เพราะฉะนั้นถ้าเข้าไปที่ตัวโครงการจะรู้เลยว่าลักษณะของวัสดุที่เราใช้หรือว่าลักษณะของตัวอาคารจะมีความเรียบนิ่ง อย่างตัวฟาซาดอาคารที่เราจะใช้เป็นบล็อกช่อง</p>	เอกลักษณ์	ตัวอาคารดูออกแบบให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ถามหรือว่าใช้เป็นการเชื่อมต่อระหว่างหินกับเหล็กกับปูน ที่เป็น ดีไซน์ของงานสถาปัตยกรรมยุค 50-60 คือเราใช้คอนกรีตตรงนั้น</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ผลงานที่ผ่านมาของทาง SC Asset มีโครงการไหนที่เป็นระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี่บ้าง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าอย่างตอนนี้จริงๆ ที่เป็นซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี่ที่เห็นกันอยู่ ก็จะเป็นโครงการศาลาแดงวัน แล้วก็ที่กำลังจะเปิดตัว ก็จะเป็นโครงการ 28 ซิดลม</p>	ผลงาน	ประสบการณ์ในการทำคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี่ช่วงสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> อยากให้บอกถึงกลุ่มเป้าหมายหรือทาร์เก็ตของลูกค้าว่า มองว่าคาแรกเตอร์ของลูกค้าที่จะมาซื้อเขาเป็นยังไง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าเป็นโครงการบิทนิคจะเห็นชัดเลย ลูกค้าที่มาซื้อจะเป็นลูกค้ากลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูงมาก จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ออกจะอาร์ตนิดนึงลักษณะการแต่งตัวหรือว่าลักษณะไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตจะบ่งบอกอย่างชัดเจนว่า เป็นคนที่แบบชอบอะไรในประมาณแบบยุค 50-60 ซิดเจน การแต่งตัวจะแบบบางท่านก็จะเซอร์ไปเลย บางท่านก็แบบมาติสท์เลย แต่อย่างบางท่านจะแบบเป็นคนที่ชอบอะไรเรื่อยๆ</p>	กลุ่มเป้าหมาย	กั า ห น ด กลุ่มเป้าหมาย ที่ชัดเจน เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ช่วงแรกก่อนที่จะมาใช้บริการของทางซีปียาอาร์ทิมเซิลล์ของทาง SC มีรูปแบบของการขายหรือว่าการติดต่อลูกค้ายังไงบ้าง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ก็คือเรามีฐานลูกค้าเดิมของเราอยู่ คือเราก็จะมีการโทรประชาสัมพันธ์ทั้งลูกค้าที่มีการลงทะเบียนไว้หรือลูกค้าเดิมที่เคยซื้อโครงการอื่นของเรา อันนี้คือเป็นแนวทางก่อนที่เราจะใช้บริการซีปียาอาร์ทิม</p>	ลูกค้าเก่า	เริ่มจากการติดต่อกลับไปหาลูกค้าเก่า เพื่อแจ้งข่าวโครงการใหม่โดยตรง
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> อยากจะย้อนกลับไปนึกถึงว่าตอนช่วงแรกที่ทาง SC ขาย รูปแบบของการขายสำหรับกลุ่มคนที่สามารถที่จะซื้อคอนโดระดับนี้ได้ รูปแบบการขายคือมันเป็นยังไง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ชั้นแรก เราจะมีกรส่งเสริมให้ตามฐานข้อมูลลูกค้าเดิมที่เป็นในระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี่ของเราอยู่แล้วนะคะ หรือว่าฐานข้อมูลของลูกค้าที่เขาที่กำลังจะซื้อ ไม่ว่าจะทั้งกลุ่มคอนโดหรือว่ากลุ่มบ้านเดี่ยวก็ตาม จะมีการโทรเรียนเชิญ</p>	การ์ดเชิญ	แจ้งลูกค้าเก่า โดยการส่งการ์ดเชิญออกไปเรียนเชิญให้มางานเปิดตัวโครงการ



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>คิดว่าเราจะมีอีเวนท์เปิดตัวแบบนี้ แล้วกลุ่มลูกค้าที่ลงทะเบียนเข้ามาเราก็จะมีการโทรคอนเฟิร์มโทรนัดหมาย</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คำถามต่อมาอยากจะรู้ว่า ทำไมลูกค้าที่เขามาซื้อโครงการบิคนิคซื้อเพราะอะไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อเพราะอยู่เอง หรือว่าซื้อเก็บไว้เป็นทรัพย์สิน คืออาจจะไม่ใช่กลุ่มลงทุนที่แบบซื้อมาขายไปในทันที คือลูกค้าอย่างที่บอกว่าคุณเจ้าของโครงการมันค่อนข้างจะแบบยูนิคมาก คือเน้นคนที่ชอบสไตล์นี้จริงๆ ลูกค้าส่วนใหญ่อย่างที่เราจะเลยว่าจะเก็บในระยะยาวมากกว่าที่จะแบบลงทุนซื้อมาขายไป</p>	วัตถุประสงค์ การซื้อ	ลูกค้าที่ซื้อเพื่ออยู่เองหรือซื้อเพื่อเก็บไว้เป็นทรัพย์สิน มีมากกว่าซื้อเพื่อลงทุน
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจของเขา แน่นนอนคือโลเคชั่นสุขุมวิท แต่ว่าสภาวะแวดล้อมของพื้นที่ของโครงการบิคนิคสภาวะแวดล้อมมันเป็นยังไงบ้าง ช่วยเล่าให้ฟังนิดนึง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าเป็นอุปสรรคเลยก็อาจจะด้วยตัวคอนเซ็ปโครงการนี้แหละที่มันมีความเป็นเอกลักษณ์ของมันมาก ถ้าท่านไหนที่ไม่ชอบก็จะไม่ชอบไปเลย เพราะว่าลักษณะความเข้าใจของคนไทยในปกติคือ คำว่าหรู คำว่าแพง มันจะต้องเข้ามา แล้วมันจะต้องแบบว่า อลังการ อะไรอย่างนี้ จะต้องแบบเข้ามาแบบสีทองอร่ามอะไรแบบนั้น สีขาว แต่ของเราเข้ามา มันจะออกเป็นแบบออกเทาๆ ออกแบบตีสท์ๆนิดนึง เพราะฉะนั้นตัวคอนเซ็ปโครงการมันก็จะทำให้ได้ทั้งสองแง่ คนที่ชอบก็ชอบ คนที่ไม่ชอบก็จะไม่เอาเลย</p>	ความหรูหรา	อุปสรรคที่สำคัญของการทำคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์คือการตีความความหรูหราในการพักอาศัย
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คำถามต่อมา ตรงทำเลแถวนี้มีโครงการไหนที่เป็นคู่แข่งกับเราบ้าง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> อันนี้อยากจะบอกว่ามีเยอะมาก เพราะว่าอย่างตอนนี้แบบสุขุมวิท ทองหล่อ คือคอนโดขึ้นกันแบบเยอะแยะ แต่ถ้าอย่างที่เป็นคู่แข่งทางตรงที่เปิดตัวแบบใกล้เคียงกันเลยก็จะเป็น คราม 26 แล้วก็มีการ์ค 39 แล้วก็เทล่า ทองหล่อ แล้วเห็นมีของแสนสิริที่ก็กำลังจะเปิดตัว</p>	คู่แข่ง	คู่แข่งทางตลาด คราม สุขุมวิท 26 และ เทล่า ทองหล่อ 13

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลที่เลือกที่จะมาทำตัวคอนโตระดับซูปเปอร์ลักซ์ซัวร์เนี่ยก็ถือเป็นต้นทุนที่มันค่อนข้างราคาแพงอยู่ในตอนนี้ด้วยใช่ไหม แล้วก็ โอเคครับ คำถามต่อมานะครับ เวลาที่ลูกค้าเข้ามาดูส่วนใหญ่เนี่ยในฐานะที่เราเป็นเซลล์ ลูกค้าที่มาซื้อสินค้านี้เนี่ยคือเค้าได้รับอิทธิพลในการตัดสินใจจากใครจะเป็นส่วนใหญ่ เรามีผลกับเค้าไหม ก็คือตัวเราที่เป็นเซลล์</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> อันนี้ลูกค้าที่ซื้อที่สินค้านะคะต้องแจ้งเลยว่าเป็นลูกค้าเก่าของทาง SC ซะเยอะมาก เพราะว่าลูกค้าจะคุ้นเคยกับเซลล์คุ้นเคยกับตัวเดเวลอปเปอร์อยู่แล้วว่าคุณภาพมาประมาณไหน การบริการการดูแลแบบมีความประทับใจให้เค้ายังไง เพราะฉะนั้นเค้าตามกลับมาซื้อกันเยอะมาก</p>	พนักงานขาย	ลูกค้าคุ้นเคยกับเซลล์ประทับใจในการดูแลลูกค้าตามมาซื้อโครงการอีก
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เพราะฉะนั้นเซลล์มีอิทธิพล ที่นี้เนี่ยพียอกจะลองให้เล่าถึงว่าการที่เราจะทำให้ลูกค้าคนนึงเนี่ยเค้าติดเซลล์เนี่ย การบริการของ SC เป็นยังไงบ้าง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> เราดูแลกันแบบครอบครัว อย่างลูกค้าบางท่านดูแลกันมาหลายโครงการเค้าก็จะแบบมีอะไรก็จะโทรปรึกษาเรา หรือว่าถ้าอย่างเรามีโครงการไหนเราก็สามารถแบบโทรแจ้งโทรปรึกษาเค้าได้เลย คือไม่ใช่แค่คุยกันแต่เรื่องคอนโดเรื่องอะไรอย่างเดียว บางทีปรึกษาไปยื่นเรื่องแบบหลังการขาย นิติบุคคล อะไรอย่างนี้เราก็ช่วยเค้าประสานงาน เพราะอย่างบางที่เนี่ยพอคอนโดสร้างเสร็จพอเริ่มเป็นนิติบุคคลมันอาจจะยังมีอะไรไม่ลงตัวเค้าก็จะต้องแบบมาพึ่งเราแล้วเราให้ความช่วยเหลือเค้าก็จะไวใจเรา</p>	การบริการ	พนักงานขายสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ด้วยการบริการแบบครอบครัว
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> แล้วก็คำถามต่อมานะ คือวิธีการขายคือ ณ ตอนนี้เนี่ยเทคโนโลยีอะไรใหม่ๆ เนี่ยมันเข้ามาค่อนข้างเยอะ อย่างเช่น ตัวแทปเล็ตก็ดีหรือว่าเป็นจอเป็นหนังแบบว่าตัวมูฟวี่ตัววิช่วลอะไรอย่างนี้ ทีนี้ก็เลยอยากจะถามว่าตรงเทคโนโลยีอันนี้เนี่ยทาง SC เนี่ยได้มีการนำมาใช้ในรูปแบบการขายของหรือเพอร์ดี้อย่างบ้าง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ก็คือถ้าอย่างที่เราเห็นกันง่ายๆเลย เราก็จะใช้เป็นไอแพดที่เราสามารถหยิบออกไปนำเสนอไปปรึกษาลูกค้า</p>	การนำเสนอ	พนักงานขายนำลูกค้าออกไปนำเสนอโครงการข้างนอก

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ข้างนอกได้ ถ้าเป็นที่ตัวโครงการเราก็จะมีการขายเป็นจอโปรเจคเตอร์ขายเป็นแบบ VTR พิธีชนที่โครงการอะไรอย่างนี้		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> แล้วก็ถัดมาปัจจัยในเรื่องของโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย โปรโมชั่นส่งเสริมการขายอะไรบ้างที่ค่อนข้างที่จะดึงดูดลูกค้าของทาง SC หรือว่าลูกค้าของทาง SC เนี่ยที่เค้าซื้อมาหลายโปรเจคแล้วเค้าชื่นชอบ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ก็อันนี้ก็จะเป็นส่วนลดให้ว่าสามารถลดได้เท่าไร? มากน้อยแค่ไหนก็ขึ้นอยู่กับขนาดของห้อง</p>	ส่วนลดเงินสด	ส่วนลดเงินสด เป็นโปรโมชั่นที่ส่งเสริมงานขายมากที่สุด
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> แล้วก็ทีนี้เนี่ยจากประสบการณ์การขายของน้องแนวเนี่ย ตัวค่าเงินผ่อนแล้วก็ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์เนี่ยลูกค้ากังวลหรือไม่</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ไม่ค่อยมีปัญหาอะไรนะคะ ลูกค้าก็จะเข้าใจอยู่แล้วว่าตัวคอนโดอาคารสูงเนี่ยก็จะใช้ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ปีสองปีตามระยะเวลาการก่อสร้างอยู่แล้วคะ แต่ก็จะมีบางท่านที่ตีเรื่องค่าผ่อนดาวน์ที่หนักเกินไปก็มีเหมือนกันนะคะ ซึ่งตอนนี้บิสิเนสเราก็มีการปรับลดลงมาส่วนหนึ่งให้มันสามารถที่จะผ่อนได้สบายขึ้น</p>	เงินผ่อนดาวน์	จำนวนเงิน และระยะเวลาผ่อนดาวน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> แล้วก็ถัดมามันจะเป็นเรื่องของ facility ละโครงการบิสิเนสเนี่ยมีอะไรที่โดดเด่นในเรื่องของ facility ที่แตกต่างจากโครงการรอบๆแถวนั้นบ้างไหม</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> พิเศษเลยก็คือลักษณะของตัวอาคารเรานะคะ มันจะไม่เหมือนชาวบ้านเค้ามันจะมีการใช้เหลี่ยมมุม ใช้การหักเหลี่ยมอะไรเข้ามาอะคะ แล้วก็ตัวสระว่ายน้ำมันจะมีฟาสดา ไม่ใช่ฟาสดาขอโทษที่เรียกว่าพาวิลเลียนมันจะเป็นพาวิลเลียนอยู่เหนือฟาสดาอีกทีนึงมันจะเป็นเหมือนทางเดินรอบๆ ซึ่งตัวนี้เนี่ยมันจะเป็นจุดเด่นอย่างนึงเวลาคนเค้ามองขึ้นมาว่าตรงนั้นคืออะไร มันก็เหมือนจะเป็นบังสายตาให้สระว่ายน้ำด้วยทางนี้ แล้วก็ก็เป็นแบบที่นั่งเล่นสำหรับลูกบ้านด้วยนะคะ แล้วก็อย่างส่วนกลางเนี่ยก็คือเราก็มีค่อนข้างเยอะถ้าเทียบกับโครงการอื่นๆ รอบๆนะคะ ก็คือมีทั้งสกายการ์เด็น มีจากุซซี่พูลที่ชั้นที่</p>	สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นจุดเด่นได้แก่ สระว่ายน้ำ สกายการ์เด็น กุซซี่พูลที่ชั้นที่ออปฟลอร์ มีแบบเป็นลานรีเครเอชั่นแอเรีย สระเด็ก เป็นต้น

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>อปฟลอร์นะคะ มีแบบเป็นลานรีเครเอชั่นแอเรีย สระก็มีสระแบบ อย่างสระว่ายน้ำที่ชั้น...7 เนี่ย แล้วเราก็มีสระเด็กดิบบึง พูลที่ชั้นล่างด้วยอะไรอย่างนี้ค่ะ facility เราค่อนข้างเยอะอยู่</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ขอเข้ามาที่ห้องชุดบ้างว่าตัวแบบแปลนแล้วก็ ตัวเลย์เอาท์ วัสดุที่เราที่จะให้ลูกค้าเนี่ยมันพิเศษแล้วมันแตกต่างจากโครงการอื่นยังไง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้า SC เลยเนี่ยถ้าที่เด่นๆ ถ้าเป็นเลย์เอาท์ห้อง ก็คือฟังก์ชันการวางนระคะ การวางฟังก์ชันของเราเนี่ยเนทู้สึกว่ามันไม่ค่อยอึดอัด มันจะอยู่แล้วลงตัวเหมือนกับที่เราเข้ามาเนี่ยมันไม่ใช่ห้องลักษณะแบบแคบๆ สามารถใช้ชีวิตอยู่ได้จริงๆ นะคะ แม้กระทั่งมีเพื่อนมีญาติมาเยี่ยมมาหาอะไรอย่างเงี้ยก็สามารถอยู่ได้นะคะ แล้วก็เรื่องวัสดุเนี่ยถ้าจริงๆชุดเปอร์ลักซ์วีรี่หลายๆ โครงการวัสดุมันก็จะคล้ายๆกันแหละเนอะ แต่อันนี้เราก็คืออยู่ที่ดีไซน์ของตัวโครงการด้วยว่าเราเลือกวัสดุให้มันเข้ากับ คอนเซ็ปนะคะ อย่างที่แนทบอกวาทอนที่บิสนิคอาจจะเป็นทอนแบบสีเทาๆ นิดนึงนะคะ ค่างานนิดนึง แล้วก็ในห้องเนี่ยห้องน้ำถ้าเคยลองเข้าไปที่เซลล์กลอรี่จะเห็นเลยว่าลายหินที่ห้องน้ำเนี่ยจะค่อนข้างแบบดูขนาดมีความเป็นแบบเป็นยุค 60 เลยแหละ มีความดีส์ที่นิดนึง จะเป็นสีดำแล้วก็แบบมีลายเป็นแบบสีทอง</p>	รูปแบบห้องชุด	การออกแบบห้องชุด และการเลือกวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง คือ ส่วน สำ คัญ ของ คอนโดมิเนียมระดับชุดเปอร์ลักซ์วีรี่
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> แล้วก็จากงานที่ผ่านมาจากประสบการณ์การทำงานของทางบริษัท SC asset เองเนี่ย พี่เชื่อว่ามันมีความน่าเชื่อถือแล้วก็มีชื่อเสียงอยู่ในระดับนึง ตรงนี้เนี่ยเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเนี่ยเค้ากลับมาซื้ออสังหาหรือว่ากลับมาซื้อคอนโดกับทาง SC หรือเปล่า</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ใช่ อันนี้หลักเลย เพราะว่าถ้าเราไม่สั่งสมชื่อเสียงไม่สั่งสมความไว้วางใจของลูกค้ามาเค้าไม่มีทางที่จะตามกลับมา อย่างที่แนทบอกไปก่อนหน้านี้ว่าลูกค้าเค้ากลับมาซื้อเราเยอะมากเป็นเพราะสิ่งนี้เลย</p>	ชื่อเสียง	ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ เพราะชื่อเสียงของผู้ประกอบการ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ขอย้อนกลับมานิดนึงพอดีว่าเรื่องของสถาปัตยกรรม คือถ้าจะนับจำนวนยูนิตกันแล้วจริงๆเนี่ย</p>	รูปแบบโครงการ	ขนาดและรูปแบบของห้องชุดมีผลต่อ

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>จำนวนห้องของตึกเราเนี่ยค่อนข้างที่จะเยอะกว่าของเหล่าหรือว่าของมาร์กอะไรอย่างเงี้ย ตรงนี้มันเป็นจุดด้อยของเราหรือเปล่า ก็คือแบบว่าจำนวนยูนิตของเราค่อนข้างแออัดกว่าของที่อื่นเค้า</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าจริงๆแล้วจำนวนยูนิตต่อฟลอร์เนี่ยก็ 12 ห้อง ก็ถือว่าไม่เยอะมากนะคะ แล้วก็ด้วยความที่บางชั้นเราจะมิเป็นห้องดูเพล็กซ์ด้วยชั้นนั้นๆ มันก็จะเหลือแค่ประมาณ 10 ยูนิต 9ยูนิตแค่นั้นเองซึ่งแนวคิดว่ามันก็ไม่ได้เยอะเกินไป <u>แนวทว่าสิ่งนี้ไม่ได้มีผลกับการตัดสินใจของลูกค้าเท่าไหร่นะคะ เพราะว่าขนาดด้วย คืออย่างที่มีมาร์ค สุขุมวิท 39 เค้าจะเน้นเป็นขนาดใหญ่เพราะฉะนั้นจะทำให้ยูนิตต่อชั้้นน้อย แต่พออันนี้ของเราเนี่ยทำให้ขนาดเล็กลงมานิดนึง ลูกค้าสามารถจับต้องได้มากขึ้น ลูกค้าก็ไม่ได้สนใจว่ายูนิตจะเยอะน้อยกว่ากัน</u></p>		<p>ก า ร ตั ต สึ น ใจ มากกว่าจำนวนห้องชุดต่อชั้น</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ช่วยวิเคราะห์ให้หน่อยว่าถ้าจากในสายงานเราเนี่ย ในอนาคตที่ดินผืนนี้หรือว่าที่ดินในเส้นสุขุมวิทตรงเนี่ยมันจะเจริญมากน้อยแค่ไหน ราคาเนี่ยมันจะขึ้นไปถึงประมาณไหน เอาตามที่มีมองเห็น</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าตามความคิดเห็น หนูว่าราคาก็คงขยับขึ้นไปได้อีกเพราะว่าที่ดินมันก็หายากขึ้นทุกวันนะคะ <u>แล้วยิ่งที่ติดถนน ที่ใกล้สถานีอะไรอย่างเงี้ยเจ้าของที่ที่ไหนก็ไม่อยากขายก็ยิ่งหายากนะคะ เพราะฉะนั้นราคามันคงขึ้นไปได้อีกแหละแบบสี่แสนต่อตารางเมตรจากที่เมื่อก่อนไม่เคยมีใครคิดว่ามันจะบ้า เหมอมันจะมีเหมอสี่แสนต่อตารางเมตร ทุกวันนี้เราก็มีให้เห็นกันทั่วไปเนอะ ก็คือว่ามันคงขึ้นไปได้อีกแต่ว่าก็ไม่แน่ใจเหมือนกันอนาคตฟองสบู่แตกหรือไม่</u></p>	<p>มูลค่าที่ดิน</p>	<p>จากประสบการณ์ ก า ร ข า ย ข อ ง พนักงนขาย มูลค่าที่ดินสุขุมวิทมีการปรับขึ้นอย่างต่อเนือง เพราะว่ที่ดินหายากขึ้น</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คำถามถัดมาอยากจะลองให้น้องแนวทช่วยบอกนิดนึงว่าปัจจัยอะไรที่ลูกค้าเนี่ยเค้าให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ก็ถ้าสำหรับตัวแนวทนะคะ แนวทคิดว่าข้ออรกเลยก็คือทำเลของโครงการ คือคอนโดมิเนียมเนี่ยถ้าทำเลไม่ดีมันคือจบละ แล้วก็ปัจจัยที่สองก็คือความเชื่อมั่นในผู้พัฒนา</p>	<p>ปัจจัย</p>	<p>ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เรียงจากมากไปน้อยได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ซึ่ อ เ ลี ย ง ผู้ ประ ก อ บ ก า ร</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>โครงการหรือเดเวลอปเปอร์ คือถ้าชื่อเสียงของเดเวลอปเปอร์ดี มันก็จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อใจมีความกล้าที่จะจ่ายตังที่จะจองมากกว่าเดเวลอปเปอร์ที่มีชื่อเสียงที่ไม่ดีอะเนอะ แล้วก็ข้อสามเนี่ยเน้นหนักคิดว่าน่าจะเป็นปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมนะคะ ด้วยรูปลักษณ์ ตัวอาคาร ความสวยงามของโครงการอะไรอย่างเนี่ยคะ ไม่ว่าจะ เป็นทั้งส่วนกลางหรือภายในห้อง</p>		รูปแบบโครงการ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ไม่ทราบว่ายาง SC มีโครงการส่วนใหญ่ก็คือมีบิโชนิกที่เป็นในแนวสูงที่เป็นคอนโดระดับซูเปอร์ลักซ์แล้วในแนวราบพวกบ้านมีระดับซูเปอร์ลักซ์ด้วยหรือไม่</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าอย่างโครงการบ้านระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ก็จะเป็นโครงการแกรนด์ บางกอก บูเลอวาท แล้วก็ตัวท็อปสุดของโครงการแนวราบคือ แกรนด์นาตา ปิ่นเกล้า แกรนด์นาตาเรทราคาน่าจะอยู่ที่ประมาณ 70 -100 ล้านอัพขึ้นไป</p>	ซูเปอร์ลักซ์ชัวร์	อสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านก็มีระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์เช่นกัน
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เรื่องการตลาด ก่อนที่จะจ้างซีบีมาขายทาง SC ได้มีการจัดงานหรือจัดอีเวนท์อะไรก่อนหน้าที่จะมาจ้างซีบีบ้างไหม</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ถ้าจำไม่ผิดเราจะเปิดขายพร้อมกันเลย ก็คือเพื่อที่จะไม่ให้เป็นการแบบเหลื่อมล้ำกัน คือเราจัดอีเวนท์เปิดตัวขายพร้อมกับซีบีเลย</p>	อีเวนท์	โครงการมีการจัดงานอีเวนท์ เปิดตัวโครงการ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ในการขายระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์อย่างนี้ห้องตัวอย่างสำคัญหรือไม่</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> อันนี้สำคัญมากๆ เพราะว่าลูกค้าจะ نگاهตามได้จากห้องตัวอย่าง เพราะอย่างบางท่านที่ซื้อห้องไซส์อื่นที่ไม่ใช่ห้องตัวอย่างจะมานั่งแบบ نگاهตามว่า ห้องมันจะต่างจากห้องตัวอย่าง ตรงนั้นะ มุมนี้แหละที่เหมือนกับห้องตัวอย่างคือ อันนี้ วัสดุคือใช้แบบนี้อย่าง พอลูกค้าเห็นก็กล้าซื้อ</p>	ห้องตัวอย่าง	ลูกค้าชมห้องตัวอย่าง ทำให้ลูกค้าเห็นภาพจริงและสร้างอารมณ์ให้อยากซื้อและคุยราคาให้
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หลังจากเปิดตัวโครงการพัฒนาเสร็จเกือบหมดแล้วโครงการที่เป็นระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ของทาง SC ที่สามารถพร้อมโอนแล้ว คืออยากจะทำลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสดหรือซื้อคู่กัน และถ้าซื้อคู่กับแบงค์อะไรมากที่สุด</p>	วิธีชำระเงิน	ลูกค้าซื้อเป็นเงินสดมากกว่าคู่กับสถาบันการเงิน

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อเป็นเงินสด น้อยมากที่จะซื้อเป็นการใช้สินเชื่อ ถ้าการใช้สินเชื่อไม่สามารถตอบได้ว่า จะใช้ธนาคารอะไรกันเป็นหลักเพราะว่าลูกค้าระดับนี้มีธนาคารที่ใช้กันประจำส่วนตัวอยู่แล้ว เรียกว่าเราไม่ต้องถึงตัวลูกค้าเลยคือเลขหาหรือธนาคารที่เป็นพาร์ทเนอร์จัดการให้หมด</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> พอจะทราบไหมว่า หลักๆแล้วลูกค้าติดต่อกับแบงก์ไหนมากที่สุด 3 อันดับแรก</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> หลักๆก็แบงก์พาณิชย์ที่เราใช้บริการกัน กสิกรกรุงเทพ ไทยพาณิชย์</p>	สถาบันการเงิน	ลูกค้าผู้แบงค์กสิกรมากที่สุด
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> พูดได้ว่าเป็นเพราะการบริการหลังการขายที่ค่อนข้างที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าแบบนี้หรือไม่</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> ใช่ คือทั้งระหว่างและหลังการขาย คือจะเป็นแบบนี้ คือถ้าสมมติลูกค้าสงสัยอะไร นี่จะไลน์มาแบบสองทุ่ม ดิฉันก็โอเค ถ้าเราทราบเรายินดีตอบให้เดี๋ยวนั้น หรือว่าต่อให้ซื้อเรียบร้อยแล้วโอนไปแล้วมีปัญหาอะไรตรงไหน ก็ยินดีที่จะประสานงานให้</p>	บริการหลังการขาย	พนักงานขายตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้า
<p><b>ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3: คุณบดินทร์ สันติธรรม โครงการคราม สุขุมวิท 26 โดย NYE Estate</b> สัมภาษณ์วันที่ 22 มกราคม 2560</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ขอเริ่มคำถามแรกว่า ตัวโครงการคราม สุขุมวิท 26 ตอนที่ดินผืนนี้มาได้มาอย่างไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> เริ่มจากที่ทางผู้ใหญ่เค้าไปเจอเจ้าของที่เค้ามีแนวโน้มนที่จะขายแล้วประกอบกับเจ้าของ คือพี่หม่อมเนี่ยเค้ารู้สึกที่เค้าคุ้นชินกับทำเล แล้วก็รู้สึกที่สุขุมวิท 26 เนี่ยมันเป็นทำเลที่น่าจะเหมาะสมกับการมาทำเดเวลอปพวกเรสซิเดนทึนอะ ก็เลยคิดว่าตรงนี้แหละน่าจะเป็นโพเทนเชียลในการที่เค้าจะพัฒนาแล้วก็ทำพวกไม่รู้แหละว่าบ้านหรือคอนโดก็ ...</p> <p>ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพราะเค้าคิดว่าดีมานด์สำหรับลักซ์ชัวร์ แล้วก็คนที่ต้องการพื้นที่ในสุขุมวิทเนี่ยยังมีอยู่จริงหลังจากที่เค้าออกตัวพาทีว่าไปครับ</p>	ความต้องการซื้อ	ที่ดินในซอยสุขุมวิท 26 มีความต้องการซื้อสำหรับลักซ์ชัวร์อยู่เยอะ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ที่ดินของครามคือเป็นที่ดินเก่าของนายเองหรือว่า</p>	ที่ดิน	ที่ดินซื้อมาจาก

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ไปซื้อมาจากบุคคลอื่นครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซื้อจากบุคคลอื่น</p>		บุคคลอื่น
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ทำไมทางนายถึงมีความคิดว่าจะอยากจะทำเป็นระดับซูเปอร์ลักซ์วรี</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> <u>ที่ตรงนั้นซื้อมาในราคาที่ค่อนข้างสูงเพราะมันเป็นสุขุมวิท 26 อยู่แล้ว อย่างที่รู้ว่าสุขุมวิทมันไม่ค่อยมีที่แล้ว</u> <u>เลยได้ที่ดินตรงนี้มีราคาถูกค่อนข้างแพง แล้วเมื่อเอาไปปรับพวกฟิสิกส์บิลด์แล้วดูความน่าจะเป็น</u> <u>แน่นอนว่าบ้านคงทำไม่ได้เราก็เลยทำเป็นคอนโด</u> <u>ว่าจะทำเป็นคอนโดก็ขึ้น</u> <u>หน้าตาอะไรยังไง อันนี้ก็จะเป็นหน้าที่ของฝั่งบิซิเนส เดเวลอปเมนต์</u> <u>ในการที่จะคิดว่าจะทำพวกโปรดักส์มิกซ์หรือว่าอะไรยังไงต่อไป</u> <u>แต่ว่าคำตอบสุดท้ายคือต้องทำเป็นคอนโดเนียม</u></p>	ราคาที่ดิน	จากการคำนวณราคาที่ดินที่ซื้อแล้วพบว่าต้องทำเป็นคอนโดเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์วรีถึงจะคุ้มทุน
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ตอนที่เข้ามาเดเวลอปโครงการมีแนวคิดหรือว่ามีตัวคอนเซปต์ไหนเกี่ยวกับตัวโครงการครมยังงัยบ้าง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> <u>ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร คือเค้าอยากจะพัฒนาโปรดักส์ที่มีความแตกต่าง</u> <u>คืออยากทำอะไรที่ใหม่ ใหม่</u> <u>ในที่นี่อาจจะไม่ได้หมายความว่ามันเป็นอินโนเวทิฟ</u> <u>แต่ว่ามันใหม่ในแง่ของการที่จะทำในสิ่งที่คนไม่ค่อยทำกัน</u> <u>และสิ่งนั้นมันเป็นสิ่งที่มันค่อนข้างให้ประโยชน์กับลูกค้าหรือว่าลูกบ้านที่จะเข้ามาอยู่</u> <u>ทั้งในเรื่องของ sustainable หรือว่าเรื่องของดีไซน์</u> <u>จากการที่เราพัฒนามาทั้งหมด เราถามก่อนว่า คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการคืออะไรและพยายามให้มาร์เก็ตติ้งไปดูว่าอินไซด์ที่แท้จริงของเค้าคืออะไร</u> <u>คำตอบที่ได้ก็คือ</u> <u>ไม่ว่าใครก็ตามเวลาอยากที่จะมีคอนโดสักหลัง</u> <u>แน่นอนว่าอยากได้ความรู้สึกที่เข้ามาแล้วเหมือนได้อยู่บ้าน</u> <u>มีความเข้าไปแล้วรู้สึกว่า</u> <u>ร่มเย็น</u> <u>มันสบาย</u> <u>กว้างขวาง</u> <u>มีฟังก์ชันที่มันตอบโจทย์ความต้องการ</u> <u>อย่างครมก็ออกแบบเป็นสไตล์ของ Home like Condominium</u> <u>คอนโดมีที่เหมือนบ้านทำทุกอย่างให้มันตอบโจทย์ชีวิตของผู้อยู่อาศัยจริงๆ</u> <u>อย่างเช่น</u> <u>ตู้เก็บของที่คอนโดค่อนข้างมีปัญหา</u> <u>อย่างเรื่องตู้เก็บของก็คือคนที่อยู่คอนโดค่อนข้างจะประสบปัญหา</u> <u>อย่างเช่น</u> <u>กระเป๋าเดินทาง</u> <u>ไม้ตีกอล์ฟ</u> <u>ไม้ตีเทนนิส</u> <u>ตู้เสื้อผ้า</u></p>	เอกลักษณ์	การออกแบบที่ไม่มีแชร์วอลล์ คือจะแบ่งช่องตรงกลางไว้สำหรับเป็นลานซักล้าง เพราะฉะนั้นจะมีเรื่องลมที่สามารถเข้าออกได้สามทาง จะได้ความรู้สึกที่โล่ง



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ลานซักล้าง ซึ่งพวกน้ำมันค่อนข้างเป็นปัญหา เราก็เลยเอาปัญหาเหล่านี้มาขมวดแล้วค่อยๆ แก่ทีละจุดว่าควรจะทำยังไง มีผู้ร้องเท้าอยู่ตรงนี้มีตู้เก็บของ มีพื้นที่สำหรับทำเป็นลานซักล้าง แล้วก็รวมถึงในที่จอดรถจะมีเป็น storage ให้สำหรับคนที่สมมติว่าขับรถเข้ามาเพิงตีกอล์ฟเสร็จ ไม่อยากที่จะแบกไม่กอล์ฟขึ้นไปข้างบนสามารถที่จะวางไว้ข้างล่างได้ รวมไปถึงในเรื่องของฟังก์ชันเวนเซอร์ชั่น คืออันนี้ก็จะมีความเป็นคอนเซ็ปของครามอีกอย่างหนึ่งก็คือ ครามจะไม่ไม่มีแชนวอลล์ คือจะแบ่งช่องตรงกลางไว้สำหรับเป็นลานซักล้าง เพราะฉะนั้นจะมีเรื่องลมที่สามารถเข้าออกได้สามทาง จะได้รับความรู้สึกที่แบบคุณไม่ได้อยู่ในคอนโดปิด แบบไม่มีลมเข้ามาอะไรอย่างนี้ คือเรื่องนี้จะค่อนข้างที่จะตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีทีเดียว และรวมไปถึงเรื่องพวกสเปคต่างๆ วัสดุต่างๆ เราก็ให้แบบที่มันเป็นซูเปอร์ลักซ์จริงๆ อย่างเช่นเรื่องเทมเปอร์แกสที่เราให้เป็น กระจกมี air gap ตรงกลาง เทมเปอร์แกส อินซูเลตเททกลาส จะช่วยเรื่องลดพลังงานแล้วก็เรื่องเสียง เรื่องความร้อน ช่วยให้คอนโดมันอยู่ได้แบบในระยะยาวมากขึ้น แล้วก็ยังมีอีกหลายเรื่องที่จะตอบโจทย์ความเป็น Home like Condominium เข้ามาเราจะรู้สึกกว่านี้เราไม่ได้อยู่คอนโด</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> พวกฟาซิลิตี้ตอนที่เรารเริ่มทำโครงการมีแนวความคิดในการทำฟาซิลิตี้ให้แตกต่างจากโครงการอื่นหรือว่าโครงการโดยรอบยังไง</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ฟาซิลิตี้ก็คงจะเน้นเป็นเรื่องของกรีนลิฟวิ่ง เพราะว่าโดยรอบสุขุมวิท26 มีความเป็นต้นไม้มีทรีเทอนอล ที่สามารถเข้ามาแล้วจะรู้สึกว่ายั่งยืนไม่ใช่สุขุมวิทอะ อันนี้มันเป็นเหมือนอะไรอะมันไม่ใช่สุขุมวิทอะ เออ เข้ามาแล้วจะรู้สึกว่ามันร่มเย็น ซอยนี้มันน่าอยู่เราก็เลยเอา มันเจียบด้วย แล้วเราก็เลยเอาจุดตรงนี้เข้ามาให้มันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับซอยก็คือทำให้มันสอดคล้องกัน ก็คือต้องบอกก่อนว่าเรามีต้นทางนกยูงที่เราเก็บไว้อายุประมาณร้อยกว่าปีแล้ว เราก็คือรักษาไว้แล้วก็พัฒนาพวกสวนอะไรต่างๆ ให้มันเข้ากับต้นไม้ต้นนี้ครับ แล้วก็ก็มี</p>	<p>ค่าส่วนกลาง</p>	<p>เน้นอาคารกรีน ลิฟวิ่ง ช่วยประหยัดค่าส่วนกลางลงไปและยังสามารถบริหารจัดการได้จริง</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>อะไรนะ มีตัวลอบบี้ คือด้วยความเป็นซูเปอร์ลักซ์วีรี่ทุกคนจะคาดหวังว่ามันจะต้องเป็นลอบบี้ที่แบบว่ามีความสูงอะไรอย่างนี้ ซิลลิงแบบ 6 7 8 ถึง 10 เมตรอะไรอย่างนี้ครับ เข้ามาแล้วรู้สึก ว่ามีความโอโง่งอะไรอย่างนี้ แต่ว่าที่นี้ไม่ใช่ ที่นี้มองว่ามันเป๋ๆ เรื่องที่มันค่อนข้างเวส เราคิดแล้วแหละว่าการที่เรามีซิลลิงแค่ 4 เมตรเนี่ยน่าจะตอบโจทย์ลูกค้าเพราะว่าในเรื่องของประหยัดพลังงานด้วยแหละ เราอยากให้ค่าส่วนกลางเนี่ยทุกคนสามารถอยู่ได้เองอะไรอย่างนี้ครับ ไม่ต้องไปแลกกับความสวยงามที่อาจจะต้องนำมาซึ่งค่าใช้จ่ายที่มันค่อนข้างเยอะ ซึ่งเราคิดแล้วว่าคนเราอะพอเข้ามาถึงที่คอนโดก็อยากจะเข้าบ้าน ไม่มีใครอยากที่จะมานั่งอะไรอยู่ข้างล่างสักเท่าไรครับ แล้วก็จะมีเรื่องสระว่ายน้ำ เป็นแบบอินฟินิตี้เอชอยู่ที่ชั้น 26 ครับก็จะเหมือนคอนโดซูเปอร์ลักซ์วีรี่ทั่วไปเลยก็สามารถได้แล้วชมวิวที่เป็นวิวเมืองได้สวยงาม</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> แน่นอนนะครับ อยากจะทราบว่าเกี่ยวกับตอนที่เราเซ็ททาร์เก็ตอะครับ มองว่าคนที่เข้ามาอยู่ที่คราม คือจะต้องเป็นคนแบบไหน ลักษณะอย่างไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> อันนี้มีหลายกลุ่มด้วยกันแต่ถ้าเอาสรุปง่ายๆ เนอะ ที่เราคิดกันไว้ก็อาจจะประมาณสัก 2-3 กลุ่ม <u>กลุ่มแรก</u> เนี่ยเป็นกลุ่มที่เป็นผู้บริหารแล้วก็เจ้าของที่ค่อนข้างมีเงิน เป็นเจ้าของที่เค้าพอมีกำลังซื้อแล้วก็อยากที่จะอยู่ใน area ของ สุขุมวิท <u>พวกนี้เค้าจะเป็นสุขุมวิทเลิฟเสอร์</u> เพราะเค้าเชื่อว่า <u>ที่ดินตรงสุขุมวิทเนี่ยมันหาไม่ได้อีกแล้ว</u> ไซ้ แล้วก็อันที่สองก็คือจะเป็นกลุ่มคนที่มีพ่อแม่หรือว่ามีบ้านเก่าอยู่ที่ทำเลสุขุมวิทอยู่ แล้วแต่ที่บ้านเก่ามันน่าจะอาจจะคับแคบไป ต้องการที่จะขยายครอบครัวไปแต่งงานหรือว่าอาจจะมิลูกมีครอบครัวอะไรอย่างงี้ซะ ก็ไม่อยากจะอยู่ไกลพ่อแม่ก็เลยหาที่อยู่หรือว่าบ้านนี้แหละสักหลังนึงที่อยู่ใกล้ๆท่าน คอยดูแลท่านนะครับ <u>แล้วก็อันที่สามอาจจะจะเป็นในเรื่องของครอบครัวที่มีลูกที่เรียนอยู่ในโรงเรียนนานาชาติไม่ใกล้ไม่ไกล เช่น โรงเรียนนานาชาติ นิสรหรือว่าอันนี้ผมจำไม่ได้ว่ามันมีโรงเรียนนานาชาติอะไรบ้าง...</u></p>	กลุ่มเป้าหมาย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กลุ่มผู้บริหาร เจ้าของร้านที่มีเงิน และชอบสุขุมวิท</li> <li>2. กลุ่มพ่อแม่ ที่มีลูกกำลังจะแต่งงาน บ้านเก่าคับแคบ</li> <li>3. พ่อแม่ที่ซื้อไว้ให้ลูก เติ น ทา ง ไป โรงเรียนได้สะดวก</li> </ol>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>อ สุขุมวิท ก็คือแต่ว่าก็จะมีเปป มีไอเวส ที่อยู่บริเวณทองหล่อ          อยากที่จะทำให้ชีวิตของลูกเนี่ยมันไม่ต้องไปประสบกับปัญหา          รถติด หรือว่าการที่จะต้องนั่งรถจากในเมืองเพื่อออกไปอยู่นอก          เมืองอะไรอย่างนี้มันเป็นเรื่องที่ค่อนข้างเสียเวลาอะไรอย่างนี้          ครับ ก็มองว่าตรงนี้น่าจะทำให้ลูกของเค้าสามารถโฟกัสกับการ          เรียนได้ดีขึ้นครับ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ครับ แล้วก่อนหน้านี้ตัวโปรดเจครวม ก่อนที่จะมา          ใช้บริการของทางซีปียาอีอะครับ มีการขายเองก่อนหน้านี้ไหม          ครับ ก็คือมีเซลล์อินเฮาส์ที่ขายเองลูกค้าคนเก่าก่อนหน้านี้มีไหม          ครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> ลูกค้าคนเก่า จริงๆแล้วก็มีเป็นกลุ่มที่รู้จักกับ          ผู้บริหารกลุ่มของพีแหม่ม แต่ว่าถ้าถามว่าเป็นเซลล์ อินเท          อนอลอะไรอย่างนี้จะไม่มีนะ เพราะว่าของเรานี้มีบุคลากรถ้า          ตอนนั้นก็น่าจะไม่เกิน 20 คนก็ยังไม่มียายขายครับ ก็จะใช้เป็น          พาร์ทเนอร์มากกว่าก็คือซีปียาอีในการขายโดยตรงเลยคนเดียว          ครับ</p>	ลูกค้าเก่า	ลูกค้าเก่าเป็นกลุ่ม เพื่อนผู้บริหาร จะให้ เซลล์ โท ร เสน อ โดยตรง
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> อันนี้เนี่ยช่วยเล่าเกี่ยวกับการขายในตรงส่วนของที่          เป็นผู้บริหารนิดนึงได้ไหมครับว่าขั้นตอนหรือว่ากระบวนการใน          การที่จะขายลูกค้ารอบภายในก่อนมันมีขั้นตอนยังไงบ้างครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> อันนี้เริ่มจากการที่เราเซนต์สัญญากับซีปียาอีว่า          ถ้าเกิดจะใช้เป็นโควต้าของลูกค้าของเดเวลอปเปอร์เนี่ยครับเรา          ต้องมีการริจิสต์ชื่อแล้วก็เบอร์โทรอะไรต่างๆมาให้ทางซีปียาอี          รับรู้ก่อนว่าเนี่ยคือลูกค้าที่ถูกรีเฟอร์มาจากเดเวลอปเปอร์ครับ          อาจจะเป็นเพื่อนผู้บริหาร เพื่อนของเพื่อน หรือว่าเครือญาติ          อะไรอย่างนี้ครับที่เค้ามีความสนใจและก็อยากจะซื้อไม่ว่าจะ          ลงทุนหรือว่าอยู่เองเนี่ยเค้าก็จะมาบอกเรา แล้วเราก็จะ          เหมือนกับว่าบุกกึ่งชื่อของบุคคลท่านนี้ก่อนให้ทางซีปียาอี          รับทราบ ว่า อันนี้คือลูกค้าของเราละ แล้วจากนั้นถ้าเป็นในเรื่อง          ของโพรเซสการขายเนี่ยเราก็จะส่งไม้ต่อให้กับซีปียาอี หรือว่า          ถ้าเค้ารู้สึกว่าจะอยากจะให้ทางเราเป็นคนขายเองอะไรอย่างนี้          เราก็จะเป็นฝั่งของการตลาดเข้าไปแอฟโพรชในการขายแล้วก็</p>	ติดต่อโดยตรง	แจ้งข่าวโครงการ ใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้า เก่าโดยตรงทาง โทรศัพท์

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
อธิบายพวกโปรเจกต์เทลต่างๆ แล้วถ้าสุดท้ายแล้วเค้าโอเคก็ค่อยส่งไปให้ซีปียาอีอีกรอบหนึ่งก็คล้ายๆกันอยู่ดี		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> การตลาดก่อนที่จะมาใช้ซีปียาอีกับการตลาดหลังจากที่มามีการใช้ของทางซีปียาอีแล้วมีความแตกต่างกันยังไงบ้างครับ แล้วก็ขั้นตอนในการขายเนี่ยมันคล้ายกันหรือว่าแตกต่างกันยังไงบ้างครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> อันนี้คำถามแบบไม่รู้จะตอบยังไงเพราะว่าตั้งแต่แรกเนี่ยเราเลือกซีปียาอีเป็นพาร์ทเนอร์มาตลอดทุกๆ โครงการนะครับ ไม่ว่าจะเป็นพาร์ค ฟริวา เซอร์กุล ควาเตอร์ อันนี้ก็ซีปียาอีหมดเพราะว่าเราเลือกเจาะในกลุ่มของตลาดลักซ์วรีแล้วเราบอกแล้วว่าซีปียาอีเค้าค่อนข้างคียในเรื่องนี้ เราก็เลยไม่รู้ว่าจะเปรียบเทียบยังไงเพราะเราใช้ซีปียาอีทุกโครงการครับ</p>	พาร์ทเนอร์	ความสำเร็จเกิดจากการที่มีที่ปรึกษา ด้านอสังหาที่ดี
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> โอเคครับ แล้วก็ที่นี้ต่อมารึบ คุณบอลคิดว่า... อะไรคือสิ่งที่ทำให้ลูกค้าที่เค้าซื้อครามาไปแล้วนะครับ เค้าเลือกโปรเจกต์นี้ ไม่เลือกโปรเจกต์อื่นๆ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ที่ทำให้ครามเนี่ยค่อนข้างคอมเพนดิทีที่น่าจะเป็นเรื่องของทำเล อย่างที่ทราบว่าคุณวิท26 ตอนนี้อยู่ที่หน้าจะซัพพลายที่มันมีอยู่ในขณะนี้ครับที่เป็นระดับซูเปอร์ลักซ์วรี มันไม่มี มันมีแค่คาล์ม เพราะฉะนั้นในทำเลค่อนข้างที่จะตอบโจทย์เค้าไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเดินทางไปปีทีเอสหรือว่าการมีสิ่งอำนวยความสะดวก <u>สถานที่อำนวยความสะดวกอย่างเช่น</u> เอ็มควาเทียร์ที่เราอยู่ตรงนี้ หรือว่าเอ็มโพเรียมอะไรต่างๆครับ รวมไปถึงทางด่วนก็ <u>access</u> ได้ง่าย เพราะฉะนั้นเนี่ยทำเลก็เป็นเรื่องที่ดีพอโจทย์เค้าเป็นเรื่องแรก <u>เรื่องที่สอง</u> เค้า <u>buy</u> คอนเซปเราในเรื่องของ Home like condominium เพราะว่าเค้าเขามาดูในห้องตัวอย่างที่เป็นห้องจริงแล้วเค้ารู้สึกว่ามันใช่ อะไรที่เค้าตามหาคือเค้าอยากได้คอนโดที่มีความเป็นบ้านมีความฟังก์ชันนอลตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของเค้าอะไรอย่างนี้ยะ คือมันอยู่ได้แบบ long term เลยอะมันไม่ใช่คอนโดที่ขายความเป็นแพชั่นเนเบิล มันเป็นคอนโดที่ขายการอยู่แบบยั่งยืน</p>	ทำเลที่ตั้ง ดีไซน์ของโครงการ ราคา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ที่ตั้งสามารถเดินไปห้างสรรพสินค้าได้</li> <li>2. โครงการถูกออกแบบมาให้เหมือนบ้าน สามารถอยู่ระยะยาวได้</li> <li>3. ราคาที่ถูกกว่าโครงการโดยรอบ</li> </ol>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>อยู่แบบสบายๆพาลูกพาหลานให้อยู่อะไรอย่างนี้ก็ได้ครับ แล้วก็ <u>อันที่สาม ที่คิดว่าเป็นไฮไลท์ของครมน่าจะเป็นเรื่องราคา เพราะว่าจะอย่างที่ทราบว่าตอนนี้ถ้าลูกค้าที่ดูเปรียบเทียบจริงๆ</u> อะครับ เค้าก็จะดูเปรียบเทียบมาร์ค ทองหล่อ เทลาไซใหม่ หรือว่าจะเป็นคอนโดมาใหม่อย่างคุณ หรือลาวิหรือว่าจะไร อย่างนี้ครับ คือราคาของเราเนี่ยเมื่อเทียบสเปคเทียบทำเล เทียบอะไรทุกอย่างแล้วสองแสนแปดผมคิดว่าเป็นราคาที่ค่อนข้างคอมเพนทิทีฟ แล้วลูกค้าก็น่าจะตัดสินใจไม่ยากถ้าได้เข้ามาดูบรรยากาศของห้องตัวอย่างแล้วก็สิ่งที่เค้าจะได้ครับ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เพราะฉะนั้นเนี่ยสามอย่างที่เป็นปัจจัยที่ทำให้ ครมขายได้เนี่ย หนึ่งก็คือ ที่มันเป็นตัวโลเคชั่นไซ้ใหม่ครับ อย่างที่สอง ก็คือตัวเลย์เอาท์ ฟังก์ชันนอลนะครับ แล้วก็อย่างที่ สามก็คือ ทางด้านราคา แล้วที่นี้ปัจจัยในเรื่องของชื่อเสียงของ ทางเดเวลอปเปอร์อะครับ ผลงานที่ผ่านมาคุณบอกลึกคิดว่ามัน มีอิมแพคกับลูกค้าใหม่</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> มีในกลุ่มของลูกค้าที่เป็นรีเฟอร์ by เดเวลอป เอร์นะครับ ก็คือถ้าคิดเป็นสัดส่วนก็น่าจะอยู่ที่ประมาณ 20-30 ของกลุ่มลูกค้าของครมทั้งหมด แต่ว่าคนที่เหลือๆเนี่ยอัน % นี้ต้องยกเครดิตให้ซีปียาอี เพราะว่า จะเป็นลูกค้าที่รีเฟอร์ by ซี ปียาอีค่อนข้างเยอะก็คือ ผมจำ...exactly number ไม่ได้ว่ากี่ คนแต่ว่าส่วนใหญ่จะมาจากซีปียาอี ซึ่งพอเราแทร็คจากลูกค้า ที่มาจากมีเดียอันนี้ค่อนข้างแปลกใจว่าจะไม่ค่อยมี จะมาจากการรีเฟอร์ชะส่วนใหญ่ เหมือนกันเหมือนเป็นการบอกต่อว่า <u>สิ่งที่เค้าคิดว่ามันดีแล้วเค้าก็อยากจะบอกต่อ</u> บางคนแบบมาซื้อ <u>แล้วก็อาจจะพาพ่อแม่หรือว่าอาจจะพาเพื่อนมาซื้อ</u> มองว่า <u>คอนโดนั้นมันค่อนข้างมีศักยภาพในการที่จะไปขายต่อหรือว่า การลงทุนถึงกำไรในอนาคตอะไรอย่างนี้ครับเค้าเชื่อมั่นอย่าง นั้นครับ</u> อันนี้ก็ขอบคุณด้วย</p>	ชื่อเสียง	ลูกค้าจะไปบอกต่อกันเอง เพราะอยากให้เพื่อนหรือคนในครอบครัวได้ของดีๆ และอยู่ด้วยกัน
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คำถามต่อไปอยากจะถามว่าตอนที่เรารู้ในตัวตึก หรือตัวอาคาร ความเป็นส่วนตัวในเรื่องของคนรวย คนรวย เวลาเค้าซื้อของเรามองถึงความเป็นส่วนตัวในโครงการครมไว้</p>	จุดขาย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แต่ละห้องไม่มีผนังติดกัน</li> <li>2. จำนวนยูนิตน้อย</li> </ol>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>อย่างไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> คนรอยซื้อของ อันดับแรกเนี่ยอย่างที่บอกไป เรื่องฟังก์ชันนอลก็คือทุกๆห้องเนี่ยมี air gap ตรงกลาง เพราะฉะนั้นเนี่ยมันจะเป็นความสนใจในเรื่องของไม่มีเสียงไม่มีมันจะไม่เป็นคอนโดที่เหมือนแบบแชร์วอลล์ตรงกลาง ผนังไม่... ติดกัน อันนั้นเป็นเรื่องที่หนึ่งเรื่องที่สองเนี่ยจะเป็นเรื่องของจำนวนยูนิตที่โครงการมีก็คือ 126 ยูนิตซึ่งน้อยมากถ้าเทียบกับในตลาด ไฮไลท์ในทองหล่อหรือสุขุมวิทเนี่ยมันมากกว่านั้น เยอะอันนี้ยกเว้นเทลานะมี 80 กว่ายูนิต ของเราจะแบบค่อนข้างน้อย อันนี้ก็น่าจะเป็นเรื่องที่ตอบโจทย์ อันที่สามก็คือ ความลึกซึ้งในเรื่องของที่จอดรถ 140 ของที่จอดรถที่ % สามารถซัพพอร์ตลูกค้า การจะนำรถมาจอด ก็คืออย่างที่รู้ว่าจะลูกค้าคนรวยเค้ามีรถมากกว่าหนึ่งคันอยู่แล้วเราก็ตอบโจทย์ในเรื่องนี้ได้ดีพอสมควร</p>		<p>3. ที่จอดรถ 140% สามารถซัพพอร์ตลูกค้าได้ เพราะคนรวยมีรถมากกว่า 1 คัน</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ที่นี้มาถึงในเรื่องของงานขายนะครับก็คือ อ้อ อยากจะถามว่าการบริหารก่อนการขายเนี่ยอะ โอเคมันก็อาจจะเห็นหน้าทีของทางซีบีเอไอไปแต่ที่นี้เนี่ยบริการหลังการขายอะครับทางคาล์มเนี่ยได้เซ็ทบริหารตรงนี้อะไวยังไงบ้างครับ แล้วก็มีเป็นอีกหนึ่งปัจจัยใหม่ที่ทำให้ลูกค้าเนี่ยกลับมาซื้อโปรเจกต์ของนายเอสเตทซ้ำ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> คิดว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมากบริหารหลังการขายครับ เพราะฉะนั้นเนี่ยทางนายก็เลยมาฝั่ง customer service ที่ตอนนี้กำลังพัฒนาทีมอยู่ในเรื่องของ CRM แล้วก็การทำโพรมเซสหลังการขายต่างๆ ให้มันสามารถคอมฟอร์ทเทเบิลกับลูกค้ามากที่สุด มีการจัดกิจกรรมหรือว่าการช่วยเหลือลูกค้าอย่างบ้านที่โอนแล้วหรือว่าเป็นบ้านที่ต้องการคำปรึกษาหลังการขายเราก็จะมีทีมที่มาตอบคำถามแล้วก็แก้ปัญหาในครั้งที่ลูกค้าประสบกับปัญหาเราก็จะมีทีมคอยจัดการดูแลให้ คิดว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมากๆครับ ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อโครงการของเราอีก</p>	<p>การบริการ</p>	<p>ทีม CRM บริการลูกค้าหลังการขาย ช่วยประสานงาน แก้ปัญหาต่างๆ เมื่อลูกค้าประทับใจ จึงกลับมาซื้อโครงการต่อม่ออีก</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ครับ แล้วก็จากที่อ้อสัมภาษณ์อยู่ในนี้อะนะครับ ก็</p>	<p>คอนวินซ์</p>	<p>หากลูกค้าเข้ามาชม</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>คือโดยปกติแล้วเวลาที่เราจะเริ่มทำการขายเนี่ยเซลล์เค้าก็จะโทรบอกลูกค้าของเค้า แล้วก็ทางซีบีเนี่ยก็จะแนะนำให้กับทางนายเนี่ยได้มีการเหมือนกับว่าส่งเป็น invitation card ไปให้กับทางลูกค้าด้วยเพื่อที่จะเรียนเข้ามาดูอีเวนท์ ที่นี้เองก็เลยอยากจะถามว่างานอีเวนท์ของตัวที่เป็นคอนโดเนี่ยครับมันแตกต่างจากโปรเจกต์อื่นๆ ที่ว่าไปยังข้าง เพราะเราของเรามันเป็นระดับซูเปอร์ลักซ์วีรี่คืออยากให้แบบว่าช่วยบอกเทคนิค <b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> บอกเทคนิคให้ใหม่ จริงๆคิดว่าคงไม่ได้ต่างกันมากแต่ว่าคือของแมสเนี่ยมันจะเน้นขายที่ราคาเพราะฉะนั้น ... เนี่ยถ้าของได้ราคาโดน การปิดมันไม่ยากอยู่แล้ว แต่ว่าอันนี้มันเป็นเซกเมนต์ของคอนโดลักซ์วีรี่ เพราะฉะนั้นราคามันก็ย่อมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่แล้วแหละ อยู่ๆใครจะแบบยอมจ่ายเงินแบบเป็นสิบล้านเพียงความรู้สึกปุ๊บที่แบบอยากจะได้อะไรอย่างนี้มันก็ยากครับ มันก็ต้องอาศัยการคอนวินซ์ที่เก่งมาก เพราะฉะนั้นเนี่ยสิ่งที่คิดว่ามันแตกต่างน่าจะเป็นเรื่องของการคอนวินซ์นี้แหละที่มันจะต้องใช้ความเก่งความโปรเฟชันนอลของทีมขาย ใช่ อย่างซีบีอานะฮะ คือนั่นแหละมันเป็นเรื่องของการแบบคอนวินซ์จริงๆอะไรอย่างนี้ การที่จะยอมจ่ายเงินอย่างที่บอกมันยากมาก ใช่ เพราะว่าคือไม่ว่าจะเซกเมนต์ไหนเนี่ยการที่จะเข้ามาถึง เข้ามาให้เซลล์แอฟโพรชแล้วเนี่ยการปล่อยลูกค้าออกไปเราจะให้เค้ากลับมามันเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากเหมือนกันอันนี้คนก็รู้ เพราะฉะนั้นเรื่องที่สำคัญที่เหมือนกันก็คือเรื่องคอนวินซ์ครับ</p>		<p>ตัวอย่าง ความเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจซื้อจะสูงขึ้น</p>

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการโครงการกรณีศึกษา

## บทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการเหล่า ทองหล่อ 13

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1: สัมภาษณ์วันที่ 23 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เป็นเจ้าของร้าน</p>		ธุรกิจส่วนตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบที่มีคนมาคอยดูแล อย่างนิติที่โหมดบริการดีมาก</p>		มีนิติบุคคลคอยดูแล เพราะคอนโดเก๋านิติดีมาก
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ทำให้ใกล้โรงเรียนลูก ไม่อยากให้ลูกลำบาก</p>		หาที่อยู่ใกล้โรงเรียนลูก
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิทตรงพร้อมพงษ์ ไม่เกินเอกมัย และกึ่งหลังสวน และกึ่งสาทร</p>		1.สุขุมวิทตั้งแต่พร้อมพงษ์ ไม่เกินเอกมัย 2.หลังสวน 3.สาทร
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มาร์ค 39 และ HQ Quattro ของแสนสิริ</p>	<p>มาร์ค สุขุมวิท 39</p> <p>HQ บาย แสนสิริ</p> <p>Quattro ทองหล่อ แสนสิริ</p>	เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ยังไม่ซื้อ พิจารณาที่แล้ว รอลูกโตก่อน</p>		ไม่ซื้ออีก เพราะมีหลายที่แล้ว และรอลูกโตก่อน



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาตัวนี้มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเงิน/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เงินสด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: มีโบรชัวร์ส่งมาก่อน แล้วก็เลยโทรถามมิจิ		มีโบรชัวร์ส่งมาทางไปรษณีย์ก่อน แล้วโทรถาม
ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: แล้วมิจิกก็เอาเลเอาท์มาให้ดู		เซลล์เอาเลเอาท์ไปให้ลูกค้าดู
ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้เข้ามาดูห้องตัวอย่างก่อนตัดสินใจมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ดู ก็รอดูห้องตัวอย่าง ชอบก็เลยจอง		ดูห้องตัวอย่างแล้วชอบจึงจอง
ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2: สัมภาษณ์วันที่ 25 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: เจ้าของร้านอะไหล่รถยนต์		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์: ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: อยากมีบ้านในเมือง ก็คงต้องซื้อคอนโดแหละ		อยากมีบ้านในเมือง จึงซื้อคอนโดมิเนียม
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบทำเลอยู่แล้ว และทำเลทำเลตรงนี้ดีมาก		ชอบทำเลทองหล่ออยู่แล้ว
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด ( ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิทตอนกลาง สุขุมวิทตอนต้น ชิดลม		1. สุขุมวิทตอนกลาง 2. สุขุมวิทตอนต้น 3. ชิดลม
ผู้สัมภาษณ์: ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม	Quattro ของ แอสเสอรี่	เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> Quattro ของแสนสิริ</p>		พร้อมพงษ์และทองหล่อ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซื้อได้ ถ้าทำเลมันดี</p>		คิดจะซื้ออีก ถ้าทำเลดี
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านราคา/ระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> จ่ายสด</p>		จ่ายสด
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่าง อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/ พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ ปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: น้องเจโทรมาบอกพี่ แล้วก็เอาข้อมูลมาให้พี่ดู		เซลล์โทรศัพท์ตรง มาแจ้งข่าวแล้วเซลล์ เอาข้อมูลมาให้ดู
ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้เข้ามาดูห้องตัวอย่างก่อนตัดสินใจมั้ยนึ่ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ดูนะ เข้ามาดูก่อนวันงานอีเวนท์อีก เจชวานให้ มาดู พี่ว่างก็มา		เข้ามาดูห้องตัวอย่าง
สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็เลือกห้องได้ก่อน จองได้ก่อน ก็เลยจอง		ได้เลือกห้องก่อน จึง จอง
ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3: สัมภาษณ์วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :เจ้าของร้าน		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: เป็นบ้านหลังที่สอง เอาไว้มานอน		เป็นบ้านหลังที่สอง เอาไว้นอน
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คือ		ใกล้ผับ ใกล้

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>อะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> โกลด์คลับ โกลด์ร้านอาหาร เทียวเสร็จก็มานอน ซี้ เกียจกลับบ้าน</p>		<p>ร้านอาหาร เทียว เสร็จก็มานอน</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ ต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ทองหล่อ เอกมัย นานา</p>		<p>1. ทองหล่อ 2. เอกมัย 3. นานา</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มี การพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบ กับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> Ivy ทองหล่อ HQ ของแสนสิริ</p>	<p>Ivy ทองหล่อ HQ ของแสน สิริ</p>	<p>เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ก็ถ้าเกษรมีโปรเจคใหม่ ก็คิดจะซื้ออีกนะ ถ้า โลเคชั่นดีแบบนี้</p>		<p>ซื้ออีก ถ้าทำเลดี สะดวกสบาย</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใดระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ได้รับอีเมลล์ก่อนก็เลยรู้ว่ามีการเปิดใหม่</p>		ได้รับอีเมลล์แจ้งว่ามีโครงการเปิดใหม่
<p>ผู้สัมภาษณ์ :แล้วยังไงต่อครับ คือได้รับอีเมลล์จากไหนครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีอีเมลล์มา โทรหาเซลล์ตามอีเมลล์ เขาก็ให้เข้ามาดูห้องตัวอย่าง</p>		โทรกลับหาเซลล์ตามอีเมลล์ เซลล์ให้เข้ามาดูห้องตัวอย่าง
<p>ผู้สัมภาษณ์: ชอบมั้ยครับ จากนั้นยังงัยต่อครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบนะ ก็เลือกห้อง ต่อราคาได้ก็เลยจอง</p>		เลือกห้อง ต่อราคาได้แล้วก็จอง
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4: สัมภาษณ์วันที่ 5 มีนาคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :ทำธุรกิจ logistic		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ต้องมาดูแลมาก มีคนคอยดูแลห้องให้ ตึกมัน ก็สวยตลอด		มีคนคอยดูแลห้อง ดูแลตึกให้ ไม่ต้อง คอยดูแลเอง
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คือ อะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ขนาดห้องใหญ่ อยากได้ห้องใหญ่ๆ มีลิฟต์ ส่วนตัว		อยากได้ห้องใหญ่ๆ มีลิฟต์ส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ ต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (           ผู้ให้สัมภาษณ์: หลังสวน สุขุมวิท (ไม่ตอบอีกอัน)		1. หลังสวน 2. สุขุมวิท
ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มี การพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบ กับโครงการใด ผู้ให้สัมภาษณ์: นิมิตร หลังสวน 28 ซิตลม	นิมิตร หลังสวน 28 ซิตลม	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก เหมือนเดิม		ซื้ออีก เพราะสบาย มีคนคอยดูแลห้อง ให้
ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่าย		ง่าย
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่าง อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/ พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ได้โบรชัวร์ส่งมาที่บ้าน สนใจก็เลยโทรไปถาม เซลล์ก็นัดจะเอาข้อมูลมาให้ดู แล้วก็โอนเงินมาจอง</p>		<p>มีโบรชัวร์ส่งมาที่บ้าน โทรไปถาม เซลล์นัดเอาข้อมูลไปให้ดู</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงครับ เข้ามาดูห้องตัวอย่างมั้ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ดู</p>		<p>ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เพราะอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ช่วงนั้นที่ยุ่งมาก เลยไม่มีเวลาเข้ามา แต่ชอบนะ ราคาก็โอเค เลยโอนเงินมาจอง</p>		<p>ไม่มีเวลาเข้ามาดูห้องตัวอย่าง แต่ชอบก็เลยโอนเงินมาจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5: สัมภาษณ์วันที่ 16 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :พนักงานบริษัท</p>		<p>พนักงานบริษัท</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่อยากเอาเงินฝากแบงก์ ได้ดอกเบี้ยน้อย เอามาซื้อคอนโดขายได้เงินดีกว่า ก็น่าจะขายได้ง่ายกว่าบ้านมั้ย</p>		<p>ซื้อขาย คอนโดมิเนียมได้เงินมากกว่าดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร น่าจะขายได้ง่ายกว่าบ้าน</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ทำเลดี โครงการก็ดี คิดว่าน่าจะขายได้ไม่ยาก</p>		<p>ทำเลและโครงการดี น่าจะขายได้ไม่ยาก</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ชัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ราชดำริ สาทร</p>		<p>1. สุขุมวิท 2. ราชดำริ 3. สาทร</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มี</p>	<p>28 ชิตลม</p>	<p>เปรียบเทียบกับ</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>การพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :28 ซิตลม Q นานา</p>	Q สุขุมวิท	โครงการนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะคงต้องขายคอนโดที่มีอยู่ก่อน</p>		ไม่ซื้ออีก เพราะคงต้องขายคอนโดที่มีอยู่ก่อน
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: จ่ายสด</p>		จ่ายสด

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างไร อีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีอีเมลล์แจ้งเตือน เห็นว่าน่าสนใจดี เลยโทรมาถาม แล้วเซลส์ก็เอาเลเอาท์ ฟอว์แพลนมาให้ดู พอได้เลือกห้องก่อน เลยจอง</p>		<p>ได้รับอีเมลล์เลยโทรมาถามข้อมูล</p> <p>เซลส์เอาเลเอาท์ ฟอว์แพลนมาให้ดู</p> <p>เลือกห้องแล้วจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้เข้ามาดูห้องตัวอย่างมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ดู ก็ตอนนั้นห้องตัวอย่างยังไม่เสร็จ ไม่รู้ตัดสินใจเร็วไปป่าว</p>		<p>ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างก่อน</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 6: สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :เจ้าของร้าน</p>		<p>ธุรกิจส่วนตัว</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็คอนโดน่าจะขายเร็วกว่าบ้านนะ</p>		<p>คอนโดมิเนียมน่าจะขายได้เร็วกว่าบ้าน</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ชอบทำเลทองหล่อ ห้องใหญ่แถมนี้มันน้อยเลยซื้อขึ้นมาก่อน</p>		<p>ชอบทำเลทองหล่อ ห้องใหญ่ตรงพื้นที่ มีน้อยจึงซื้อ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิท ชิดลม หลังสวน</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. ชิดลม</li> <li>3. หลังสวน</li> </ol>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b> Q นานา 28 ชิดลม</p>	<p>Q นานา 28 ชิดลม</p>	<p>เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ซื้ออีก คงต้องดูเงินในกระเป๋าก่อน</p>		<p>ไม่ซื้ออีก เพราะต้อง ดูกระแสเงินสดก่อน</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะเวลาการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน</p>		กู้ธนาคาร
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่รู้ น่าจะKbank ก็ตามดาวน์ของโครงการ</p>		น่าจะ kbank ผ่อนดาวน์ตาม โครงการ
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และซื้อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีโบรชัวร์ส่งมาที่คอนโด แล้วมีเซลส์โทรมาให้ชวนซื้อ เห็นว่าทำเลดีก็เลยซื้อ</p>		มีโบรชัวร์ส่งมาก่อน แล้วเซลส์ก็โทรมา ชวนซื้อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: ก่อนหน้านั้นมีมาดูห้องตัวอย่างมั้ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ดู ก็ยังไม่มื่ออพฟิค เซลล์นัดที่เข้าไปที่ซีบีอาร์อีก่อนดูเลเอาท์ และเลือกห้องก่อน เห็นว่าเป็นราคาแรกพิเศษก็เลยซื้อ</p>		ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง เซลล์นัดนำเสนอ รูปแบบโครงการ ให้เลือกห้องก่อน ได้ ราคาดีจึงจอง
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 7: สัมภาษณ์วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :เจ้าของร้าน</p>		ธุรกิจส่วนตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: แวลูของคอนโดมันเพิ่มเร็วกว่า สูงกว่าบ้าน</p>		มูลค่าของคอนโดมิเนียมเพิ่มเร็วกว่าและสูงกว่าบ้าน
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ยานนี้ไม่ค่อยมีห้องใหญ่ น่าจะเป็นโอกาสในการขาย</p>		ห้องใหญ่ในพื้นที่มีจำนวนน้อย เป็นโอกาสในการขาย
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิทกลาง สุขุมวิทต้น สาทร</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิทตอนกลาง</li> <li>2. สุขุมวิทตอนต้น</li> <li>3. สาทร</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :Khun by Yoo Marque 39 Beatniq</p>	Khun by Yoo Marque 39 Beatniq 32	เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะรอขายของเก่าก่อน</p>		ไม่ซื้ออีก เพราะอยากขายของเก่าให้ได้ก่อน
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะเวลาการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่าย		ง่าย
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: น้องปุ้ยโทรมาชวนให้ซื้อ บอกให้เข้ามาดูห้องตัวอย่าง พี่ก็ไปดู</p>		<p>เซลล์โทรศัพท์แจ้ง ข่าวโครงการใหม่</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ ดูเสร็จแล้วจองเลยมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ยังไม่จอง กลับมาศึกษาโครงการก่อน พอคิดว่าโอเคแล้วค่อยจอง</p>		<p>ดูห้องตัวอย่างแล้ว กลับมาศึกษา โครงการก่อน แล้ว จึงจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วแบบมีต่อราคาอะไรมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็มี แต่พี่ไม่ได้ ก็มันเป็นราคาพิเศษอยู่แล้ว</p>		<p>ลูกค้ามีต่อราคาก่อน จอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 8: สัมภาษณ์วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :พนักงานบริษัท</p>		<p>พนักงานบริษัท</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: คอนโดมี capital gain ที่สูงกว่าบ้าน</p>		<p>คอนโดมิเนียมขาย ได้กำไรมากกว่าบ้าน</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เลเข้าที่ดี จัดวางดี ห้องก็น้อย คู่แข่งก็น้อย</p>		<p>รูปแบบห้องดี จำนวนยูนิตน้อย คู่แข่งก็น้อย</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ราชดำริ ริมแม่น้ำ</p>		<p>1. สุขุมวิท 2. ราชดำริ 3. ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม</p>	<p>มาร์ค 39 คราม สุขุมวิท</p>	<p>เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่</p>



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มาร์ค 39 คราม</p>	26	พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะไม่มีเงินแล้ว</p>		ไม่ซื้ออีก เพราะต้องการดูกระแสเงินสดก่อน
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน</p>		กู้ธนาคาร
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ</p>		Kbank 30 ปี

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์ ใช้แต่ :kbank เต็ม 30 ปี ขึ้นอยู่กับโครงการ		ผ่อนตามโครงการ
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชันส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่าง อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/ พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ ปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: มีอีเมลล์มาบอกว่ามีโครงการใหม่ สนใจเลย โทรเข้าไปถาม เซลล์ก็บอกว่าให้มางานอีเว้นท์ดูห้องตัวอย่าง		ได้รับอีเมลล์แจ้งข่าว โครงการใหม่ สนใจ เลยโทรถาม เซลล์ก็ แจ้งว่ามีงานอีเว้นท์ เลยมา
ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ มางานอีเว้นท์แล้วจองเลยมั้ ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: มาและก็มาดูห้องตัวอย่างด้วย ชอบมาก ชอบ โครงการ ชอบห้องตัวอย่าง ก็เลยจอง		ดูห้องตัวอย่างแล้ว ชอบ จึงจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 9: สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :หมอ โรงพยาบาลสมิติเวช		แพทย์
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: มีบ้านอยู่แล้ว เลยจะซื้อคอนโดที่ไว้บ้าง		อยากซื้อ คอนโดมิเนียมไว้บ้าง อยากอยู่ในทำเลใจ กลางเมือง

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
อยากได้ทำเลใจกลางเมือง		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ทำเลตรงนี้หายาก ทำห้องออกมาลงตัว เลยอยากซื้อเก็บไว้ให้ลูก</p>		<p>ทำเลหายาก</p> <p>รูปแบบห้องเหมาะสมลงตัว</p> <p>ซื้อเก็บไว้ให้ลูก</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิท หลังสวน ริมแม่น้ำ</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. หลังสวน</li> <li>3. ริมแม่น้ำ</li> </ol> <p>เจ้าพระยา</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่เปรียบเทียบ</p>		ไม่เปรียบเทียบ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซื้ออีก แต่อยากซื้อแถบริมแม่น้ำบ้าง</p>		<p>ซื้ออีก เพราะยังอยากได้</p> <p>คอนโดมิเนียมริมแม่น้ำเจ้าพระยา</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาคานดาวน์มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเงิ/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด		ง่ายสุด
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใดระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์โทรมาบอกว่ามีโครงการใหม่ในซอยทองหล่อ ก็เลยให้เซลล์ส่งข้อมูลมาให้ดู ก็ชอบก็รอมาคูห้องตัวอย่าง		เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งว่ามีโครงการใหม่ และส่งข้อมูลไปให้ลูกค้าทางอีเมลล์
ผู้สัมภาษณ์: คู่มือตัวอย่างแล้วตัดสินใจจองเลยมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: จองเลย ได้ราคาพิเศษ		คู่มือตัวอย่างแล้วจึงจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 10: สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :มีโรงงานกิ่งเหล็ก		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: สะดวกสบาย มันน่าจะทำให้ชีวิตง่ายขึ้นเยอะ ซึ่งหาไม่ได้จากบ้าน		สะดวกสบาย น่าจะ ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น กว่าการอยู่บ้าน
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คือ อะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบโลเคชั่น มันมีร้านนู่นร้านนี่เยอะแยะ สะดวก แพลนว่าจะมาอยู่ที่นี่กับแฟน		ชอบโลเคชั่น มีสิ่ง อำนวยความสะดวก ล้อมรอบ จะมาอยู่ กับแฟน
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ ต้นๆ)3 ลำดับแรกเพร (จะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ชิดลม ราชดำริ		1. สุขุมวิท 2. ชิดลม 3. ราชดำริ
ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มี การพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบ กับโครงการใด ผู้ให้สัมภาษณ์: มาร์ค 39 คราม สุขุมวิท 26	มาร์ค 39 คราม สุขุมวิท 26	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก ถ้าทำเลดี และมีดั่งค์ที่สำคัญ		ซื้ออีก ถ้าทำเลดี และมีเงิน
ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาคานดาวน์มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเจี/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่าย		ง่าย
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่าง อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/ พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีเอกสารโครงการส่งมาที่บ้านให้ไปงานเปิดตัวนี้แหละ สนใจก็เลยไป</p>		มีเอกสารส่งมาที่บ้าน เชิญมางานเปิดตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ เข้ามาแล้วจองเลยมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ยังก่อน ก็กลับไปปรึกษากับพ่อแม่ก่อน</p>		ดูห้องอย่างแล้วกลับไปปรึกษากับที่บ้านก่อน
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงอีกครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็พอตัดสินใจได้แล้วก็เข้ามาจองที่เซลล์ แกลเลอรี่</p>		ตัดสินใจซื้อแล้ว จึงกลับมาที่สำนักงานอีกครั้ง เพื่อจอง
<p>ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 11: สัมภาษณ์วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เจ้าของร้าน</p>		ธุรกิจส่วนตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์: ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา ขายต่อได้ราคา</p>		สะดวกสบาย ประหยัดเวลา ขายต่อได้ราคา
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบทองหล่ออยู่แล้ว เขาทำห้องไซรีใหญ่เลยชอบ</p>		ชอบทำเลโครงการ ขนาดห้องไซรีใหญ่เลยชอบ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีรี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ทองหล่อ พร้อมพงษ์ อโศก</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทองหล่อ</li> <li>2. พร้อมพงษ์</li> <li>3. อโศก</li> </ol>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ : Khun by Yoo</p>	<p>Khun by Yoo</p>	<p>เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก ก็มีดูๆครามไว้อยู่เหมือนกัน</p>		<p>ซื้ออีก เพราะแพลนว่าจะซื้อคราม สุขุมวิท 26 อีก</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p>		<p>เงินสด</p>



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: จำยสด		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างไร อีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: น้องมิ่งส่งอีเมลล์โครงการเหล่านี้มาให้ ทำเลน่าสนใจ เลยชวนแฟนมาดูด้วยกัน มิ่งโทรบอกให้เข้ามาดูห้องตัวอย่างก่อน</p>		<p>เซลล์ส่งอีเมลล์มาเสนอโครงการใหม่แล้วโทรให้เข้ามาดูห้องตัวอย่าง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :แล้วพอดูเสร็จแล้ว ตัดสินใจซื้อเลยมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็คิดแปบนิ่ง แต่เราก็ชอบ แฟนก็ชอบ ก็เลยต่อราคาดู ก็ได้ เลยซื้อเผื่ออนาคตมาอยู่</p>		<p>ดูห้องตัวอย่างแล้วต่อรองราคา ได้จึงจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 12: สัมภาษณ์วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :ทำร้านขายส่งเอง</p>		<p>ธุรกิจส่วนตัว</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p>		<p>อยากซื้อที่ที่ทำคอนโดมาสร้างบ้านแต่ซื้อไม่ไหว เลยซื้อ</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้ให้สัมภาษณ์: อยากมีบ้านตรงที่ดินคอนโด แต่ซื้อไม่ไหว ก็เลยซื้อเป็นคอนโดแทน</p>		คอนโดแทน
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เขาวางเลเอาท์ห้องดี ฟังก์ชันการใช้งานดี แล้วยังไม่ค่อยมีห้องใหญ่เลยน่าซื้อเก็บ เพื่อลูกโตมาอยู่</p>		<p>เลเอาท์ห้อง ฟังก์ชันการใช้งานห้องดี</p> <p>ทำห้องไซรีใหญ่เลยน่าซื้อ</p> <p>รอลูกโตมาอยู่</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ริมแม่น้ำ สุขุมวิท ราชดำริ</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ริมแม่น้ำ</li> <li>เจ้าพระยา</li> <li>2. สุขุมวิท</li> <li>3. ราชดำริ</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่เปรียบเทียบ</p>		ไม่เปรียบเทียบ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก เพราะชอบซื้อเก็บทำเล โลเคชั่นดี ๆ ไว้</p>		ซื้ออีก เพราะชอบซื้อเก็บทำเลที่ ดี ไว้
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใดระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูลของ/พนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีโบรชัวร์ส่งมาที่บ้าน เลยโทรกลับมาถามข้อมูล เซลล์เขาเลยจะเอาเลเอาท์ ฟอร์แพลนเข้ามาให้ดู</p>		มีโบรชัวร์มาส่งที่บ้าน สนใจจึงโทรกลับมาถามข้อมูล เซลล์เอาเลเอาท์ ฟอร์แพลนเข้าไปให้ดู
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วดูแล้วเป็นไงครับ จองเลยมั้ยครับ</p>		ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ชอบทำเล ได้ห้องดีด้วย ก็เลยจอง เพราะ น้องเขาเอาเครื่องรูดบัตรมาด้วย		ก่อน แต่เลือกห้องได้ ก่อน จึงจอง
ผู้สัมภาษณ์ : จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา



บทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการปัทนิก สุขุมวิท 32

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
วัตถุประสงค์: ชื้อเพื่ออยู่เอง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1: สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :พนักงานบริษัทเอกชน		พนักงานบริษัท
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ไว้ใช้เป็นบ้านหลังที่สองที่อยู่ในเมืองวันจันทร์ ถึงศุกร์ เสาร์อาทิตย์ก็กลับบ้านที่พระราม 2		ใช้เป็นบ้านหลังที่ สองในวันทำงาน
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คือ อะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบโลเคชั่นที่ติดถนนใหญ่ ใกล้บีทีเอส		ชอบทำเลที่ติดถนน ใหญ่ ใกล้รถไฟฟ้า
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ ต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด ( ผู้ให้สัมภาษณ์: พร้อมพงษ์ ทองหล่อ (แค่นี้)		1. พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ
ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มี การพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบ กับโครงการใด ผู้ให้สัมภาษณ์ :Marque 39 The Addrerss สุขุมวิท เทล่า ทองหล่อ	Marque 39 The Addrerss สุขุมวิท เทล่า ทองหล่อ	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ยังไม่ซื้ออีก เพราะนี่เพิ่งซื้อไป ยังไม่ได้คิด		ไม่ซื้ออีก เพราะยัง ไม่ได้คิดจะซื้อ
ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาคานดาวน์มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเงิ/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ฟังไลน์มาทั้งไว้ แล้วถามว่าสนใจมั๊ย ผมก็ว่าสนใจ</p>		<p>เซลล์ไลน์มาบอกโครงการใหม่</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ฟังกี่เอาข้อมูลโครงการใหม่ให้ดู แล้วก็จอง</p>		<p>เซลล์นำข้อมูลโครงการไปนำเสนอลูกค้าแล้วจึงจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วเข้ามาดูห้องตัวอย่างมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ได้ดู</p>		<p>ได้ดูห้องตัวอย่างก่อนจึงจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2: สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :ทนายความ</p>		<p>ทนาย</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไว้มาอยู่เป็นครั้งคราว ไม่ต้องมาดูแลทำความสะอาดบ่อย พี่ชี้แจง</p>		<p>ไว้เป็นที่อยู่ชั่วคราวไม่ต้องดูแลทำความสะอาดสะอาดมาก</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบทำเลเอ๊าท์ห้อง ชอบตึกมันเก๋ดี</p>		<p>ชอบรูปแบบโครงการ เลเอ๊าท์ห้องดี</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ริมแม่น้ำ สวนลุม</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. ริมแม่น้ำ</li> <li>เจ้าพระยา</li> <li>3. สวนลุม</li> </ol>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์ : ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เหล่า มาร์ค 39 คราม</p>	<p>เหล่า ทองหล่อ มาร์ค 39 คราม สุขุมวิท 26</p>	<p>เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะยังมีคอนโดอีกที่นิ่ง อยู่ไม่หมด</p>		<p>ไม่ซื้ออีก เพราะยังมีคอนโดมิเนียมอีกที่นิ่ง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน</p>		<p>เงินสด</p>



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด		
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: น้องฟ้าโทรมาบอกว่ามีโครงการใหม่		เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งว่ามีโครงการใหม่
ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็น้องฟ้าโทรมาบอกแล้วบอกว่าจะเอาข้อมูลเข้ามาให้ดู		เซลล์เอาข้อมูลโครงการไปให้ลูกค้าดู
ผู้สัมภาษณ์: ดูเสร็จแล้วจองเลยมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ยังอะมาดูห้องตัวอย่างก่อนค่อยจอง		ดูห้องตัวอย่างก่อนจึงจอง
ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3: สัมภาษณ์วันที่ 21 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :เจ้าของร้าน		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์		เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าในช่วงเร่ง

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> เดินทางสะดวก เวลาเรียกก็ขึ้นรถไฟฟ้าก็ได้</p>		<p>รีบ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ชอบทำเลที่อยู่ใกล้รถไฟฟ้า</p>		<p>ชอบทำเลนี้ เพราะอยู่ใกล้รถไฟฟ้า</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิท ราชดำริ อโศก</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. ราชดำริ</li> <li>3. อโศก</li> </ol>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> Noble เพลินจิต Q นานา</p>	<p>Noble เพลินจิต Q นานา</p>	<p>เปรียบเทียบโครงการนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ซื้ออีก ก็ยังไม่จำเป็นต้องซื้อ</p>		<p>ไม่ซื้ออีก เพราะยังไม่จำเป็นต้องซื้อ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน		กู้ธนาคาร
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์: แบงก์กรุงเทพมั่ง คง 30 ปี ก็โครงการกำหนดไว้แล้วนะ		BBL 30 ปี ตามที่โครงการกำหนด
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์โทรมาบอก		เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งข่าวโครงการใหม่
ผู้สัมภาษณ์ :แล้วยังไงต่อครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: แล้วก็นัดให้เข้ามาดูห้องตัวอย่าง เลเอาท์ ฟอรัแพลน		เซลล์นัดให้เข้ามาดูห้องตัวอย่าง
ผู้สัมภาษณ์ :แล้วจองเลยมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ยัง เอากลับมาปรึกษากับที่บ้านก่อน ค่อย		กลับมาปรึกษากับที่บ้านแล้วจึงจอง

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
กลับไปจอง		
<p>ผู้สัมภาษณ์ : จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4: สัมภาษณ์วันที่ 26 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :เปิดโชว์รูมรถ</p>		ธุรกิจส่วนตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบอยู่สูงๆ อยากมีบ้านที่เห็นเมืองสวยๆ</p>		ชอบอยู่สูงๆ เห็นวิวเมือง
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบโลเคชั่นติดถนนใหญ่ ทำแลนด์สเคปได้ดี</p>		ชอบทำเลติดถนนใหญ่ ทำแลนด์สเคปได้ดี
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท สาทร ริมน้ำ</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. สาทร</li> <li>3. ริมแม่น้ำเจ้าพระยา</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้เทียบกับที่ไหนเลย</p>		ไม่เปรียบเทียบ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก อยากมีบ้านหลายๆที่ หลายๆทำเล</p>		ซื้ออีก เพราะอยากมีบ้านหลายๆทำเล
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: จ่ายสด</p>		จ่ายสด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: น้องคนขายที่คุยกันอยู่ไลน์มาบอก ชอบโลเคชั่นพอดี เลยซื้อ		เซลล์ไลน์มาบอกว่ามีโครงการใหม่
ผู้สัมภาษณ์: ก่อนซื้อเบนซ์มีให้ดูข้อมูลโครงการ ห้องตัวอย่างก่อนมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง แต่เบนซ์เอาเลเอาท์แพลนขึ้นมาให้ดู พี่ก็โอเค เป็นราคาแรกก็เลยจอง		เซลล์เอาข้อมูลโครงการไปให้ดู ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง ได้ราคาแรกจึงจอง
ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อการลงทุน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5: สัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: เจ้าของร้านขายส่งมือถือ		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์: ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ดีกว่าเอาเงินไปฝากธนาคารขายแล้วก็ได้กำไรได้มากกว่าบ้าน ขายได้เร็วกว่า		ขายได้กำไรมากกว่าและเร็วกว่าบ้าน
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบที่อยู่ใกล้ BTS เดินมาขึ้นได้ ราคาไม่แพงมาก		ชอบที่อยู่ใกล้ BTS ราคาไม่แพงมาก
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด ( ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ดิตรถไฟฟ้า ราชดำริ ชิดลม		1. สุขุมวิท 2. ราชดำริ 3. ชิดลม
ผู้สัมภาษณ์: ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มี	Magnolias	เปรียบเทียบกับ

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>การพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :MRB มาร์ค 39 Q นานา</p>	<p>ราชดำริ</p>	<p>โครงการทั้งในและนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ทองหล่อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ยังไม่ซื้ออีก เพราะตอนนี้ที่ติดตั้งหลายตัว</p>		<p>ไม่ซื้ออีก เพราะจะรอขายคอนโดมิเนียมบางส่วนให้ได้ก่อน</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน</p>		<p>กู้ธนาคาร</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่รู้ แบงก์ไหนให้เรตดีกว่าก็แบงก์นั้น ที่) (เหลือไม่ตอบ</p>		ยังไม่ได้เลือกแบงก์
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ก็น้องเซลส์โทรมาบอกพ่ว่ามีโครงการตรงนี้เลยมาดูหน่อย</p>		เซลส์โทรศัพท์มาบอกว่ามีโครงการใหม่
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> มาในงานอีเว้นท์ที่เปิดตัวเลยรีปาวครับ หรือยังงัยครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ใช่</p>		มางานอีเว้นเปิดตัวโครงการ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หลังจากดูห้องตัวอย่างแล้ว จองเลยมั๊ยครับ เพราะ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซ้ายพี่จองเลย ก็พอดูแล้วห้องโอเค ขนาดก็กำลังดี ไม่สูงมาก ก็เลยจองไปเลย</p>		ดูห้องตัวอย่างแล้วชอบ ราคาไม่สูงมาก จึงจอง
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อการลงทุน</b></p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 6: สัมภาษณ์วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2560</b></p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ :</b>เปิดร้านขายของ</p>		ธุรกิจส่วนตัว



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ตอนแรกเพื่อนบอกให้พี่มาซื้อคอนโดลงทุน เขาบอกขายง่ายได้กำไรเยอะ พี่เลยซื้อตามเขา</p>		เพื่อนบอกให้มาซื้อ คอนโดมิเนียมลงทุน ก็เลยซื้อตาม
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ทำเลดี ใกล้รถไฟฟ้า น่าซื้อเก็บไว้ก็น่าจะขายได้ง่าย</p>		ทำเลดี ใกล้รถไฟฟ้า น่าจะทำกำไรได้ดี
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิท สาทร ริมแม่น้ำ</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. สาทร</li> <li>3. ริมแม่น้ำ</li> </ol>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่มีเปรียบเทียบ</p>		ไม่มีเปรียบเทียบ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซื้ออีก ก็ซื้อไปเรื่อยๆ พี่ชอบลงทุน มีของให้ลูกค้าเลือกได้เยอะ</p>		ซื้ออีก เพราะซื้อไว้ จะได้มีคอนโด หลายๆที่ให้ลูกค้าได้เลือก
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/ ใช้อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ):</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: แก้วโทรมาบอกข่าวโครงการนี้ พี่ชอบทำเลเลยให้เอาเลขเข้าทำให้ดู ราคาพี่พอซื้อไหว เลยซื้อ</p>		<p>เซลล์โทรศัพท์แจ้ง ช่างโครงการใหม่ และเอาข้อมูล โครงการไปนำเสนอ</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> แล้วก่อนหน้านี้มันมางานอีเว้นท์ มาดูห้องตัวอย่างรีพาว์คริบ หรือจองเลย</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> จองเลย เพราะถ้าบอกว่าดี นานลงทุน มันได้เลือกห้องก่อน เชื้อเซลล์ก็เลยจองไป</p>		<p>ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างก่อนจอง เชื้อเซลล์จึงจอง</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อการลงทุน</b>  <b>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 7: สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2560</b></p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> มีร้านของตัวเอง</p>		<p>ธุรกิจส่วนตัว</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซื้อขายเร็ว ไม่ยุ่งยากและก็ทำกำไรได้มากกว่าบ้าน</p>		<p>ซื้อขายเร็ว ทำกำไรได้มากกว่าบ้าน</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ทำเลดีถนนใหญ่ ใกล้รถไฟฟ้า ทำเลดีมาก เหมาะที่จะลงทุน</p>		<p>ทำเลดีถนนใหญ่ ใกล้รถไฟฟ้า เหมาะที่จะลงทุน</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิทตอนกลาง สาทร (แค่นี้)</p>		<p>1. สุขุมวิทตอนกลาง 2. สาทร</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่มีเปรียบเทียบ</p>		<p>ไม่มีเปรียบเทียบ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ</p>		<p>ซื้ออีก ถ้าพิจารณา</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ซูปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก ถ้าคิดว่าขายได้ มันต้องดูแลด้วย</p>		<p>แล้วว่าขายได้ ดูแลตลาดด้วย</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ผ่อน</p>		<p>กู้ธนาคาร</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใดระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: แบงก์กรุงเทพละกัน ใ้ช้อยู่ 30 ปี 10ได้มี%</p>		<p>ธนาคารกรุงเทพ 30 ปี อยากดาวน์แค่ 10%</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชันส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา            อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/            ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ            ปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็เบนซีโทรหา ชวนให้มาซื้อที่นี้ แล้วก็เอาเล            เอ้าท์ ฟอว์แพลนเข้ามาให้ดูเลยจาง</p>		<p>เซลล์โทรศัพท์แจ้            ขาวโครงการใหม่            เอาเลเอ้าท์ ฟอว์แพ            ลนเข้าไปให้เลือก</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้ดูห้องตัวอย่างก่อนมั้ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ดู มันเร็วมาก ต้องรีบตัดสินใจเลยเดี๋ยวม            คนมาซื้อตัดหน้าไป</p>		<p>ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง            ก่อนจาง            ต้องรีบซื้อ ห้องขาย            เร็วมาก</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง            ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 8: สัมภาษณ์วันที่ 4 มีนาคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :เจ้าของร้าน</p>		<p>ธุรกิจส่วนตัว</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน            อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์            ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ลงทุนกับคอนโดดีกว่าบ้าน ดีกว่าฝากเงินใน            ธนาคาร</p>		<p>ลงทุนกับ            คอนโดมิเนียมดีกว่า            บ้าน            ดีกว่าฝากซื้อเงินใน            ธนาคาร</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คือ            อะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้อตามเพื่อน เพื่อนลงทุนคอนโดอยู่</p>		<p>ซื้อตามเพื่อน เพราะ            เพื่อนเป็นนักลงทุน            คอนโดมิเนียม</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ</p>		<p>1. สุขุมวิทไม่เกิน</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ซูปเปอร์ลักซ์ชีวีรีจะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกใดเพราะเหตุ (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิท ไม่เกินทองหล่อ วิทยุหลังสวน สาทร-</p>		<p>ทองหล่อ</p> <p>2. วิทยุ-หลังสวน</p> <p>3. สาทร</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่มีเปรียบเทียบ</p>		ไม่มีเปรียบเทียบ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูปเปอร์ลักซ์ชีวีรีเกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซื้ออีก ถ้ามีเงิน เพราะชอบเก็บเงินในพรีอพเพอร์ตี้มากกว่า</p>		ซื้ออีก เพราะชอบออมเงินในอสังหาริมทรัพย์
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้</p>		กู้อาคาร
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่รู้ (ที่เหลือไม่ตอบ)</p>		ไม่รู้
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์โทรบอกเพื่อนผม เพื่อนก็ชวนให้มาดูด้วยกันที่บ้าน ก็เลือกห้องอะไรไป แล้วโอนเงินจอง</p>		เซลล์โทรศัพท์มาบอกโครงการใหม่ เอาข้อมูลไปนำเสนอที่บ้านลูกค้า ให้ดูเลเอาท์ ฟลอร์แพลน
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้งานเปิดตัว มาดูห้องตัวอย่างมั้ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ไป ไม่ว่าง ก็เลยจองตามเพื่อนไปเลย</p>		ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างจองตามเพื่อน
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 9: สัมภาษณ์วันที่ 21 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :พนักงานเอกชน เป็น MD</p>		พนักงานบริษัท

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้อไว้ถ้าไม่มาอยู่ ก็ปล่อยเช่าได้</p>		<p>ซื้อไว้ ถ้าไม่มาอยู่ สามารถปล่อยเช่าได้</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบทำเลชั้นติดถนนใหญ่ ใกล้รถไฟฟ้า</p>		<p>ชอบทำเลติดถนนใหญ่ ใกล้รถไฟฟ้า</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท สาทร रिมน้ำ</p>		<p>1. สุขุมวิท 2. สาทร 3. रिมน้ำ เจ้าพระยา</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มาร์ค 39 คิว นานา มหานคร</p>	<p>มาร์ค 39 Q นานา มหานคร</p>	<p>เปรียบเทียบกับโครงการทั้งในและนอกพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก เพราะอยากได้อีก บิณฑิเป็นี่แรกที่ซื้อ</p>		<p>ซื้ออีก เพราะอยากได้อีก บิณฑิเป็นี่แรกที่ซื้อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะเวลาผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด		ง่ายสุด
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่าง : อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ ปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์โทรมาบอกชวนซื้อโครงการนี้ ก็เลยให้ ส่งข้อมูลมาให้ดูก่อน พอสนใจเลยเข้ามาเอง		เซลล์โทรศัพท์มา แจ้งว่ามีโครงการ ใหม่ ราคาไม่แพงจึง สนใจ
ผู้สัมภาษณ์ :เข้ามาช่วงไหนครับ แล้วเข้ามาดูห้องตัวอย่าง ก่อนมั้ยครับ		มาดูห้องตัวอย่าง ก่อนแล้วจึงจอง

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ช่วงแรกๆเลย ที่เป็นราคาแรก มาดูห้องตัวอย่าง ทำสวยดี เลยตัดสินใจจองไป		
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 10: สัมภาษณ์วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :เจ้าของร้าน		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: เอามาใช้ facilities แบบฟิตเนส สระว่ายน้ำ ยิงจี้ ขายต่อกี่ง่าย		เพื่อเข้ามาใช้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ขายต่อง่าย
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบโครงการติดถนนใหญ่ เพราะมันมีแวลูมากกว่าพวกโครงการในซอย		ชอบทำเลติดถนนใหญ่ เพราะมีมูลค่ามากกว่าโครงการในซอย
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด ( ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ริมแม่น้ำ (แค่นี้)		1. สุขุมวิท 2. ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา
ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด ผู้ให้สัมภาษณ์: เทล่า ทองหล่อ คราม 26 Diplomat 39	เทล่า ทองหล่อ คราม สุขุมวิท 26 ดีโพลแมท 39	เปรียบเทียบโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ชีวิรี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม		ซื้ออีก ซื้อเก็บไว้ เพื่อให้ลูก ใ้ญาติ

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
เปลี่ยนเพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้อมือถือ ซื้อมือถือไว้ เผื่อลูก เผื่อคนรุ่นคนนี่		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาคานดาวน์มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเงิ/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ผ่อนแบงก์		กู้ธนาคาร
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์ :kbank เต็ม 30 ปี ตามโครงการ		Kbank 30 ปี ตาม โครงการกำหนด
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็บอกเบนซ์ มีอะไรใหม่ๆมาให้บอกว่า พอเห็นอีเมลก็รู้สึกสนใจ เองมาดูเอง		เซลล์อีเมลให้ลูกค้าว่ามีโครงการใหม่
ผู้สัมภาษณ์ :แล้วยังไงต่อครับ จองเลยมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็กลับมาปรึกษากับแฟนก่อน แล้วค่อยตัดสินใจไปจอง		ดูห้องตัวอย่าง แล้วกลับไปปรึกษากับแฟน แล้วจึงจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 11: สัมภาษณ์วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :มีโรงงานอยู่ปากน้ำ		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: คอนโดมันตั้งอยู่ในทำเลที่ดี พึ่งอยากซื้อที่ดินมาเลย แต่ซื้อไม่ได้จริงๆ		คอนโดมิเนียมตั้งอยู่ในทำเลที่ดี อยากซื้อที่ดินตรงนั้น แต่แพงมากจึงซื้อคอนโดแทน
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบที่ติดกับรถไฟฟ้า ราคารวมไม่สูงมากเลยซื้อได้		ชอบที่ติดกับรถไฟฟ้า ซื้อห้องเล็กราคารวมเลยไม่สูงมาก
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (		1. พร้อมพงษ์ 2. นานา 3. ชิดลม

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: พร้อมพงษ์ นานา ชิตลม		
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :Q นานา Noble เพลินจิต</p>	Q นานา Noble เพลินจิต	เปรียบเทียบกับโครงการนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะต้องดูเงินในเป่าตั้งค้ก่อน</p>		ไม่ซื้ออีก เพราะต้องดูกระแสเงินสดก่อน
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาคานดาวนั้มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเงิ/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน		กู้ธนาคาร

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน		
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่รู้		ยังไม่รู้
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: แบนด์โทรมาบอกว่ามีโครงการนี้ ถ้าสนใจเดี๋ยวเขาจะนัดเอาข้อมูลมาให้ดู		เซลส์โทรศัพท์มาแจ้งข่าวโครงการใหม่ แล้วจะนัดลูกค้าเอาข้อมูลไปให้ดู
ผู้สัมภาษณ์ :แล้วยังไงต่อครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ดูแล้วย่าน่าสนใจดี		
ผู้สัมภาษณ์ :แล้วเบนค์มีเชิญให้มาดูห้องตัวอย่างมั้ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: มี มาดูแล้ว และตอนนั้นเหมือนราคากำลังจะปรับขึ้น เลยรีบตัดสินใจจองก่อน		มาดูห้องตัวอย่างแล้วราคากำลังจะปรับขึ้น จึงรีบจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 12: สัมภาษณ์วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :เปิดร้านเอง		ธุรกิจส่วนตัว

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ซื้อเก็บไว้เฉยๆได้ ทิ้งไว้นานๆได้ ไม่ต้องกลัว โจรจะขึ้น</p>		ซื้อเก็บเป็นทรัพย์สิน ทิ้งไว้นานๆได้ไม่ต้อง ดูแลมาก ไม่ต้อง กลัวโจรจะปีนขึ้นมา
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ชอบทำเลสุขุมวิท ที่ตรงนี้ดีเลยซื้อเก็บไว้ อนาคตแว่ลู่ น่าจะสูงเพราะใกล้ห้าง</p>		ชอบทำเลจึงซื้อเก็บไว้ อนาคตมูลค่า น่าจะสูงเพราะใกล้ ห้าง
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ ต้นๆ)3 ลำดับแรก (เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิท พร้อมพงษ์ทองหล่อ ราชดำริ ริมน้ำ-เจ้าพระยา</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท พร้อม พงษ์-ทองหล่อ</li> <li>2. ราชดำริ</li> <li>3. ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา</li> </ol>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b>ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่เปรียบเทียบ</p>		ไม่เปรียบเทียบ
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ยังก่อน เพราะตอนนี้มีหลายที่แล้ว</p>		ไม่ซื้ออีก เพราะมี คอนโดมิเนียมหลาย ที่แล้ว
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์ :</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/ ใช้อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ):</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างไร/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์โทรนัดจะเอาโครงการใหม่เข้ามาใหญ่ แล้วก็มารับพาไปดูห้องตัวอย่างที่ไซร์</p>		<p>เซลล์โทรศัพท์แจ้ง ข่าวโครงการใหม่ แล้วขับรถมารับพา ไปดูห้องตัวอย่างที่</p>



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
		สำนักงานขาย
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ตอนที่เซลส์เอาเลเอาท์ห้องมาให้ดู ดูเสร็จก็ไปดูห้องตัวอย่างที่ไซร์เลยหรือครับ แล้วจองที่ไซร์เลยใช่ไหมครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ๆ ไปที่ไซร์วันหลัง ไซ์จองที่ไซร์</p>		ดูห้องตัวอย่างแล้ว จึงจอง
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา



## บทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการครม สุขุมวิท 26

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
วัตถุประสงค์: ชื้อเพื่ออยู่เอง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1: สัมภาษณ์วันที่ 26 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :เจ้าของร้าน		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ความสะดวกสบาย คอนโดเหมือนเป็นพื้นที่ปิด เป็นส่วนตัว ต้องใช้การ์ดในการเข้าออก โจรก็ปีนขึ้นมาไม่ได้		ความสะดวกสบาย คอนโดเป็นพื้นที่ปิด มีความส่วนตัว ระบบความปลอดภัยต้องใช้ การ์ดเข้าออก
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: กำลังจะซื้อคอนโดอยู่เอง ทำเลในเมืองเดินทางสะดวก		กำลังซื้อคอนโด ทำเลในเมือง
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด ( ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ราชดำริ สาทร		1. สุขุมวิท 2. ราชดำริ 3. สาทร
ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด ผู้ให้สัมภาษณ์ :The Met 185 ราชดำริ	The Met 185 ราชดำริ	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก เพราะถ้ามีเงินก็อยากซื้อเก็บไว้		ซื้ออีก ถ้ามีเงินซื้อ อีก

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์โทรมาบอกว่ามีक्रमนะ สุขุมวิท 26 นะ		เซลล์โทรศัพท์แจ้ง ข่าวโครงการใหม่
ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็เข้ามาดูห้องอย่าง ผมชอบ พ่อแม่ก็ชอบ ทำเล่นไม้ใกล้ห้างสะดวกดี เลยซื้อ ราคาแรกด้วย		มาดูห้องตัวอย่าง ก่อน แล้วปรึกษาพ่อ แม่ จึงจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2: สัมภาษณ์วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :รับเหมาก่อสร้าง		ธุรกิจส่วนตัว
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: อยากมีบ้านในเมือง แต่หาไม่ค่อยมี เลยซื้อคอนโดแทน		อยากมีบ้านในเมือง แต่หายาก เลยซื้อ คอนโดมิเนียมแทน
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบทำเลตรงนี้ ใกล้บีทีเอส ใกล้ทางด่วน ใกล้ซูเปอร์ แฟนก็ชอบ		ชอบทำเลตรงนี้ ใกล้ รถไฟฟ้า ใกล้ทาง ด่วน ใกล้ซูเปอร์มา เก็ต
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด ( ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท สาทร (แค่นี้)		1. สุขุมวิท 2. สาทร
ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม		ไม่มีเปรียบเทียบ

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่มีเปรียบเทียบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก ถ้าดีก็ซื้อ</p>		ซื้ออีก ถ้าดีก็ซื้อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน</p>		กู้ธนาคาร
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ</p>		UOB

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :UOB ตอนซื้อ The Addrerss ก็ใช้ UOBที่ (เหลือไม่ตอบ)</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่าง : อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ ปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ปู่โทรมาบอกว่ามีโครงการนี้เปิดใหม่ เอามั้ย โลเคชั่นดีเลยสนใจซื้อ</p>		<p>เซลล์โทรศัพท์แจ้ง ว่ามีโครงการใหม่</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ ตอนซื้อมีเข้ามาดูห้องตัวอย่าง ก่อนมั้ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: พี่ไม่ได้ดูเลย</p>		<p>ไม่ดูห้องตัวอย่าง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เพราะอะไรอะครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ตอนดูเลเอาที่ห้องก็โอเคนะ ขายแบบ fully fitted ก็เลยไม่ได้ดูอะไรมาก ก็แต่งเอง กลัวห้องนี้หลุดด้วย</p>		<p>พนักงานขายเอาเล เอาที่ห้องให้ดู ขาย แบบไม่มี เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว กลัวไม่ได้ห้อง จึง จอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่ออยู่เอง</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3: สัมภาษณ์วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p>		<p>แม่บ้าน</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์ :แม่บ้าน		
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็คอนโดมันอยู่ในใจกลางเมือง ใกล้ห้าง ใกล้ทางด่วน ก็ดีกว่าบ้าน</p>		ที่ตั้งของคอนโดมิเนียมอยู่กลางเมือง สะดวกดีกว่าบ้าน
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ทำเลดี ใกล้ห้างด้วย ที่สำคัญคือพอยากได้ห้องใหญ่</p>		ทำเลดี ใกล้ห้างห้องใหญ่
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิทตอนกลาง ไม่เกินทองหล่อ นานา สาทร</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิทตอนกลาง</li> <li>ไม่เกินทองหล่อ</li> <li>2. นานา</li> <li>3. สาทร</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :Marque 39 Diplomat 39</p>	Marque 39 Diplomat 39	เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก พอก่อน ผ่อนไม่ไหว</p>		ไม่ซื้ออีก เพราะผ่อนไม่ไหว
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมจรรยาอย่างกายภาพมีข้อพิ/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน : กับสถาบันการเงินเพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด		ง่ายสุด
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ ปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: มีคนโทรมาบอก เรียกให้พี่มาดูห้องตัวอย่าง		เซลล์โทรศัพท์มา บอกโครงการใหม่ แล้วขับรถผ่าน



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
แต่ไม่ว่างมาดูเลยดูรูปเน็ตก่อน แล้วบังเอิญขับผ่านมาพอดีเลยแวะเข้ามาดู		สำนักงานขายเลย แวะเข้ามาดู
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ชอบห้องตัวอย่างมั๊ยครับ แล้วจองวันนั้นเลยมั๊ยครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ห้องสวยดี ชอบเลยแหละ แต่ยังไม่จอง กลับคุยกับแฟนก่อน พอทุกอย่างลงตัวก็เข้ามาจอง</p>		ดูห้องตัวอย่าง แล้ว กลับไปพิจารณา ก่อน แล้วจึงจอง
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อตัวเอง</b></p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4: สัมภาษณ์วันที่ 2 มีนาคม 2560</b></p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> หมอ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์</p>		แพทย์
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สะดวกสบายมั้ง ก็ทำอะไรก็แบบสบาย เพื่อนมาหากี่ง่าย</p>		สะดวกสบาย เพื่อน มาหาง่าย
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ชอบชอยนี้นะ เพราะต้นไม้ร่มรื่นดี หาของกินก็ง่าย</p>		ชอบชอยสุขุมวิท 26 ต้นไม้ร่มรื่น หาของ กินง่าย
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์วีวีจะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิทเท่านั้น</p>		.1สุขุมวิทเท่านั้น
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p>	มาร์ค 39	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: มาร์ค 39		
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก เพราะชอบซื้อคอนโดเก็บไว้ คนนี้คนนี้ก็มาอยู่</p>		ซื้ออีก เพราะชอบซื้อ คนในครอบครัวก็มาอยู่
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: จ่ายสด</p>		จ่ายสด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ระยะเวลาผ่อนก็ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการก็เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/มีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใดของพนักงาน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีโบรชัวร์ส่งมาที่บ้านให้มาดูโครงการใหม่ เลยมาดู ทำเลดีน่าสนใจ เซลล์บอกชอยนี้ที่ที่จะทำโครงการหายาก เลยซื้อไว้</p>		<p>มีโบรชัวร์ส่งมาแจ้งโครงการใหม่ เลยเข้ามาดู</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วตอนที่เข้ามาดูห้องตัวอย่าง ตัดสินใจซื้อเลยมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้อเลย เห็นคนซื้อเยอะ แพนเขาก็ชอบ</p>		<p>ดูห้องตัวอย่างแล้วตัดสินใจซื้อ เพราะเห็นคนซื้อกัน แพนชอบ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5: สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :พนักงานบริษัท</p>		<p>พนักงานบริษัท</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: คอนโดมันจะอยู่ในเมือง ปล่อยเช่าง่ายกว่าบ้าน หากคนเช่าง่ายกว่า ไม่จุกจิกเท่าบ้าน</p>		<p>คอนโดมิเนียมปล่อยเช่าง่ายกว่าบ้าน หากคนเช่าง่ายกว่า ดูแลง่ายกว่า</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ชอบทำเลพร้อมพงษ์อยู่แล้ว และชอชนีไม่ค่อยมีใครทำห้องใหญ่ๆ เลยน่าซื้อลงทุน</p>		<p>ชอบทำเลพร้อมพงษ์</p> <p>ชอชนีไม่ค่อยมีใครทำห้องใหญ่ๆขายจึงซื้อ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรก( เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> สุขุมวิท สาทร ริมแม่น้ำ</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. สาทร</li> <li>3. ริมแม่น้ำ</li> </ol> <p>เจ้าพระยา</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> Marque 39 เทล่า ทองหล่อ บีทีนิค สุขุมวิท</p>	<p>Marque 39 เทล่า ทองหล่อ บีทีนิค สุขุมวิท 32</p>	<p>เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ซื้ออีก เพราะกลัวไม่มีเงินจ่าย</p>		<p>ไม่ซื้ออีก เพราะกลัวไม่มีเงินจ่าย</p>
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		
<p><b>ผู้สัมภาษณ์:</b> ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p><b>ผู้ให้สัมภาษณ์:</b> ไม่ตอบ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาคานดาวน์มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเจี/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใดระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีน้องเอโทรมาบอกที่ชวนให้งานอีเว้นท์ตอนนั้น มาดูห้องตัวอย่าง ถูกใจก็ตัดสินใจซื้อ</p>		เซลล์โทรศัพท์แจ้งข่าวโครงการใหม่เชิญให้มางานอีเว้นท์เปิดตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์ :แสดงว่าชอบห้องตัวอย่างก็เลยซื้อข้ายี่ครั้บ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ข่าย ก็ทำเลด้วย น่าอยู่</p>		ชอบห้องตัวอย่างมาดูแล้วยชอบทำเลจึงจอง
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :ไม่ตอบ</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 6: สัมภาษณ์วันที่ 21 มกราคม 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :มีธุรกิจของตัวเอง</p>		ธุรกิจส่วนตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: การเดินทางสะดวกสบาย หาของกินง่าย ใกล้ห้าง หาคนเช่าง่าย</p>		<p>เดินทางสะดวกสบาย</p> <p>หาของกินง่าย</p> <p>หาคนเช่าง่าย</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบทำเล ชอบโครงการ ย่านนี้ปล่อยเช่าต่างชาติได้ราคาดี</p>		<p>ชอบทำเล ชอบโครงการ ปล่อยเช่าต่างชาติได้ราคาดี</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท หลังสวน สาทร</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. หลังสวน</li> <li>3. สาทร</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เทล่า ทองหล่อ The XXXIX ของแสนสิริ</p>	<p>เทล่า ทองหล่อ</p> <p>The XXXIX</p> <p>ของแสนสิริ</p>	<p>เปรียบเทียบโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะตอนนี้ตลอดเช่าไม่ได้ ซื้อมาแล้วกลัวปล่อยเช่าไม่ได้ ตลาดไม่ดี</p>		<p>ไม่ซื้ออีก เพราะกลัวปล่อยเช่าไม่ได้</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาคานดาวน์มีข้อพิจารณาระยะการผ่อนเงิ/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: จ่ายสด		จ่ายสด
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มีน้องเซลล์โทรมาบอกว่ามีโครงการนี้ บอกมีงานอีเว้นท์เปิดตัว ได้ราคาพิเศษก็เลยมา</p>		<p>เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งว่ามีโครงการใหม่ เชิญให้มางานอีเว้นท์</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ดูห้องตัวอย่างแล้วจองเลยมั๊ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ยังไม่จอง กลับมาคุยกันกับที่บ้านก่อน</p>		<p>ดูห้องตัวอย่างแล้วยังไม่จอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็แฟนเขาโอเคนะ คุยกันลงตัวก็ตัดสินใจว่าจะซื้อ</p>		<p>แล้วกลับไปปรึกษาที่บ้านก่อนจึงจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 7: สัมภาษณ์วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เจ้าของร้านขายยา เป็นเภสัช</p>		<p>เจ้าของธุรกิจ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ลงทุน พี่ว่าลงทุนกับคอนโดมันดีกว่าบ้าน</p>		<p>ลงทุนกับคอนโดมิเนียมดีกว่าบ้าน</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ใกล้ห้าง แลดูที่ดินตรงนั้นมันไปต่อได้อีก</p>		<p>ใกล้ห้าง มูลค่าที่ดินเพิ่มขึ้นได้อีก</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ 3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ตอนกลาง สุขุมวิท ตอนต้น สาทร</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>ตอนกลาง</li> <li>2. สุขุมวิทตอนต้น</li> <li>3. สาทร</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบ</p>	<p>Q นานา 28 ซิตลม</p>	<p>เปรียบเทียบกับโครงการนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>กับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: Q นานา 28 ซิดลม</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับชุปเปอร์ลักซ์ชัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีกได้ ถ้าทำลหน้าซื้อ แล้วให้ซีปียาร์อียายให้</p>		ซื้ออีก ถ้าทำเลดีน่าซื้อ แล้วให้เอเจนท์ขายต่อให้
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน</p>		กู้นาคาร
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด</p>		SCB

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ระยะเวลาผ่อนก็ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการก็เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ :SCB(ที่เหลือไม่ตอบ)</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็บู้ยไลน์มาบอก บอกว่าดี น่าซื้อ พี่ก็เลยซื้อ</p>		<p>เซลล์ไลน์มาบอก</p> <p>โครงการใหม่</p> <p>ชักชวนให้ซื้อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: แล้วก่อนหน้านั้นได้เข้ามาดูห้องตัวอย่างมั้ยครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: พี่เลี้ยงลูกอยู่บ้านไม่มีเวลาไปดู แต่เชื่อบู้ย เพราะเป็นเพื่อนกันเลยให้เลือกห้องให้ แล้วพี่ก็โอนเงินไปจอง</p>		<p>ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง</p> <p>เชื่อเซลล์ ให้เซลล์</p> <p>เลือกห้องให้แล้วโอน</p> <p>เงินจอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อการลงทุน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 8: สัมภาษณ์วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เจ้าของร้านอาหาร</p>		<p>ธุรกิจส่วนตัว</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: คอนโดตั้งอยู่ในเมือง ใกล้รถไฟฟ้า สบาย ง่าย เดี่ยวนี้ก็ต้องซื้อคอนโดแล้ว ซื้อบ้านไม่มี</p>		<p>คอนโดตั้งอยู่ในเมือง</p> <p>สะดวกสบาย ง่าย</p> <p>จึงหันมาซื้อ</p> <p>คอนโด</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p>		<p>ทำเลเอ้าท์ห้องได้ดี</p> <p>เหมือนบ้าน</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ตรงนี้ก็น่าซื้อเก็บไว้ วางเลเอาท์ห้องได้ดี เหมือนบ้าน</p>		<p>น่าซื้อเก็บไว้</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ ต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท สาทร ซิดลม</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. สาทร</li> <li>3. ซิดลม</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: Q นานา มาร์ค 39</p>	<p>Q นานา มาร์ค 39</p>	<p>เปรียบเทียบกับ โครงการทั้งในและ นอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะอยากขายห้องนี้ให้ได้ก่อน</p>		<p>ไม่ซื้ออีก เพราะ อยากขายที่มีอยู่ให้ ได้ก่อน</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะเวลาการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ผ่อนกับแบงก์		กู้ธนาคาร
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์ :kbank		Kbank
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์ไลน์บอกว่ามีโครงการใหม่ในซอยนี้ เอามั้ย พี่ก็สนใจทำเลเลยให้พี่ส่งเลเอาท์ ฟลอร์แพลนมาให้ดู		เซลล์ไลน์บอกว่ามีโครงการใหม่ และส่งเลเอาท์ ฟลอร์แพลนไปทางไลน์
ผู้สัมภาษณ์: แล้วยังไงต่อครับ รอมาดูห้องตัวอย่างรีปาวครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ดู		ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง
ผู้สัมภาษณ์: ทำไมถึงไม่ได้ดูห้องตัวอย่างครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็พี่บอก 1 ห้องนอนจะหมดแล้วให้รีบตัดสินใจซื้อ พี่ก็เลยโอนเงินไปจองก่อน แล้วให้เลือกห้องให้		ให้เซลล์เลือกห้องให้แล้วโอนเงินไปจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
วัตถุประสงค์: ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 9: สัมภาษณ์วันที่ 31 มกราคม 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์ :เกษียณ		เกษียณ
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้อง่าย ขายง่าย		ซื้อง่ายขายง่าย
ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คือ อะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบพร้อมพงษ์ ในซอยนี้ไม่ค่อยมีโครงการทำ ห้องใหญ่ เลยน่าซื้อ		ชอบทำเลพร้อมพงษ์ พื้นที่นี้ไม่ค่อยมีห้อง ใหญ่เลยน่าซื้อ
ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับ ดันๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด ( ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ริมแม่น้ำ สาทร		1. สุขุมวิท 2. ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา 3. สาทร
ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มี การพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อม พงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบ กับโครงการใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่เปรียบเทียบ		ไม่เปรียบเทียบ
ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก ก็ถ้าทำเลไหนน่าซื้อก็ซื้อ เพราะปุ๋ยเขา จะค่อยบอกอยู่แล้ว		ซื้ออีก ถ้าเป็นทำเลที่ ถูกใจ เซลล์จะค่อย บอก
ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด</p>		ง่ายสุด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใดระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ</p>		เซลล์บอกให้ซื้อเก็บ

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ปัจจุบันได้อย่างไร</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ปู๊บอกให้ซื้อเก็บไว้ พี่ก็ซื้อไว้ก่อน</p>		ไว้จิงซื้อ
<p>ผู้สัมภาษณ์ :แรกสุดเลยอะครับ เป็นยังไงครับ แบบพี่ปู๊ยติดต่อมาทางไหน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ส่งข้อมูลมาทางไลน์ ส่งเลเอาท์ ฟอ์แพลน มาทางไลน์ แล้วก็เลือกห้อง ให้ปู๊ยเข้ามาเก็บเช็ค</p>		<p>เซลล์ไลน์บอกว่ามีโครงการใหม่ส่งเลเอาท์ ฟอ์แพลน ให้เลือกห้องก่อน ยังไม่ดูห้องตัวอย่าง แล้วตัดสินใจเอง</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 10: สัมภาษณ์วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เปิดบริษัทรับออกแบบ</p>		ธุรกิจส่วนตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สะดวกสบาย ห้องไม่ต้องใหญ่มาก ชี้แจงทำความเข้าใจความสะอาด</p>		สะดวกสบาย พื้นที่พอเหมาะ ไม่ต้องทำความเข้าใจความสะอาดมาก
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: แพลนว่าจะย้ายมาอยู่กับแฟน ใกล้บ้านพ่อแม่</p>		ย้ายออกมากอยู่กับแฟน ใกล้บ้านพ่อแม่
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: พร้อมพงษ์ ทองหล่อ นานา</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พร้อมพงษ์</li> <li>2. ทองหล่อ</li> <li>3. นานา</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบ</p>	<p>มาร์ค 39</p> <p>ดิโพลเมท 39</p> <p>The XXXIX</p>	<p>เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ</p>

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>กับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มาร์ค 39 Diplomat 39 The XXXIX ของ แสนสิริ</p>	ของแสนสิริ	
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับ ซุปเปอร์ลักซ์ซัวร์เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิด เดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิม เปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ซื้ออีก เพราะไม่มีเงินผ่อนแล้ว</p>		ไม่ซื้ออีกเพราะไม่มีเงินผ่อน
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคากระยะการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณา/ อย่างไม่อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: จ่ายสด</p>		จ่ายสด
<p>ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ</p>		



บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการ ปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: มีอีเมลล์ส่งมาให้เข้ามาดูครุฑ 26 สนใจเลย โทรมาถาม เซลล์บอกว่ามีงานอีเว้นท์ให้เข้ามาดูห้องอย่าง เลย เข้าไป		มีอีเมลล์ส่งมามี โครงการใหม่ ลูกค้า สนใจจึงโทรกลับไป ถาม เซลล์เชิญให้มา งานอีเว้นท์และดู ห้องตัวอย่าง
ผู้สัมภาษณ์ :แล้วยังไงต่อครับ จอเลยมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ยัง เากลับมาคุยกับที่บ้าน คุณพ่อโอเคเลย เข้ามาจอง		ดูห้องตัวอย่าง แล้ว กลับไปคุยกับที่บ้าน แล้วจึงจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 11: สัมภาษณ์วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560		
ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: พนักงานบริษัท หัวหน้าแผนกวิจัยโจซาแลง		พนักงานบริษัท
ผู้สัมภาษณ์ :ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทน อสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบที่ได้อยู่ในเมือง เดินทางสะดวก ขึ้นลง ง่าย		ต้องการอยู่ในเมือง เดินทางสะดวก ขึ้นลงห้องง่าย

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ง่ายเพราะผมแก่แล้ว		
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน คืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ชอบต้นไม้ทางนกยูงใหญ่ของโครงการ</p>		<p>ชอบรูปแบบโครงการที่เก็บต้นไม้ใหญ่ไว้</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีรี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ )3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท ริมแม่น้ำ สาทร</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขุมวิท</li> <li>2. ริมแม่น้ำ</li> <li>เจ้าพระยา</li> <li>3. สาทร</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์ :ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่เปรียบเทียบ ชอบก็ซื้อ ผมก็ซื้อมาร์คไว้</p>		ไม่ได้เปรียบเทียบ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์สวีรี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก เพราะอยากซื้อเก็บให้ลูก</p>		ซื้ออีก เพราะอยากซื้อเก็บไว้ให้ลูก
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p>		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาของการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณาระ/อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อนกับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: กู้เงิน		กู้ธนาคาร
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทางโครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์ :kbank (ที่เหลือไม่ตอบ)		Kbank
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างไรอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: คุณปุ๋ยไลน์มาบอกว่ามีโครงการใหม่ เดี่ยวเอาข้อมูลไปให้ดู ผมดูๆแล้วก็จอง		เซลล์ไลน์บอกว่ามีโครงการใหม่
ผู้สัมภาษณ์: คือตัดสินใจจองเลยหรือครับ มีเข้ามาดูห้องตัวอย่างมั้ย ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ได้ดูห้องอย่างเลย ชอบทำเลนี้ด้วย ได้ราคาแรกก็เลยจอง		ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างก่อนจอง
ผู้สัมภาษณ์ :จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึง		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
<p>ปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ</p>		
<p>วัตถุประสงค์: ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 12: สัมภาษณ์วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2560</p>		
<p>ผู้สัมภาษณ์: คุณประกอบอาชีพอะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: เปิดร้านขายของ</p>		ธุรกิจส่วนตัว
<p>ผู้สัมภาษณ์: ทำไมต้องการซื้อคอนโดมิเนียมแทนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: อยากหาบ้านในเมือง แต่ไม่มี มีแต่อยู่ในชอยลิก เลยซื้อคอนโด</p>		อยากมีบ้านในเมือง แต่บ้านอยู่ในชอยลิก จึงมาซื้อคอนโดมิเนียม
<p>ผู้สัมภาษณ์: เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบันคืออะไรครับ</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ทำเลมันใกล้บ้านเก่า เพื่อลูกโตจะได้มาอยู่ใกล้ๆกัน</p>		โครงการอยู่ใกล้บ้านปัจจุบัน ซื้อรอให้ลูกโตมาอยู่
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากท่านจะซื้อโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่จะพิจารณาทำเลที่ตั้งบริเวณใดเป็นลำดับต้นๆ)3 ลำดับแรกเพราะเหตุใด (</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: สุขุมวิท พร้อมพงษ์ทองหล่อ นานา หลังสวน-</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พร้อมพงษ์-ทองหล่อ</li> <li>2. นานา</li> <li>3. หลังสวน</li> </ol>
<p>ผู้สัมภาษณ์: ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโครงการปัจจุบัน ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นในบริเวณพื้นที่พร้อมพงษ์และทองหล่อ กรุงเทพมหานครหรือไม่ ถ้ามี เปรียบเทียบกับโครงการใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: มาร์ค 39 เทล่า ทองหล่อ อีกอันในชอย 41</p>	<p>มาร์ค 39</p> <p>เทล่า ทองหล่อ</p> <p>โปรเจกในชอย 41</p>	เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
<p>ผู้สัมภาษณ์: หากในอนาคตมีโครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวร์ี่เกิดขึ้นอีก ท่านจะซื้ออีกหรือไม่ ด้วยแนวคิดเดิมที่ซื้อคอนโดมิเนียมในปัจจุบันหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจากเดิมเปลี่ยนเพราะเหตุใด</p> <p>ผู้ให้สัมภาษณ์: ซื้ออีก ถ้าเจอทำเลดีๆ เพราะเดี๋ยวอีกหน่อยที่ดีๆก็ไม่มีแล้ว</p>		ซื้ออีก ถ้าเจอทำเลดีๆ เพราะอนาคตคงหาที่ดีๆยากแล้ว

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ผู้สัมภาษณ์ด้านทำเลที่ตั้งมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ : เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ตอบ :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสถาปัตยกรรมกายภาพมีข้อพิจารณาอย่าง/ อื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุดมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมี ข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านราคาและการผ่อนเงินดาวน์มีข้อพิจารณาระ/ อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยเงินสดหรือผ่อน กับสถาบันการเงิน เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ง่ายสุด		ง่ายสุด
ผู้สัมภาษณ์: ถ้าท่านมีความประสงค์จะซื้อด้วยการผ่อนกับ สถาบันการเงิน ท่านเลือกที่จะใช้บริการของสถาบันการเงินใด ระยะเวลาผ่อนกี่ปี และต้องการวางเงินดาวน์ให้กับทาง โครงการกี่เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ต้องตอบ) :		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมีข้อพิจารณา อย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ด้านด้านการต้อนรับดูแลและนำเสนอข้อมูล/		

บทสัมภาษณ์	คำสำคัญ	สรุป
ของพนักงานมีข้อพิจารณาอย่างอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		
ผู้สัมภาษณ์: ท่านรู้จักโครงการปัจจุบัน และชื่อโครงการปัจจุบันได้อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์: เซลล์โทรมาบอกว่ามีโครงการครานี้ แล้วชวนให้มาดูห้องตัวอย่าง ก็เลยชวนแฟนไปด้วยกัน		เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งข่าวโครงการใหม่ แล้วเชิญลูกค้ามางานเปิดตัว พร้อมดูห้องตัวอย่าง
ผู้สัมภาษณ์ : มาดูแล้วแล้วชอบมั๊ยครับ จองเลยมั๊ยครับ ผู้ให้สัมภาษณ์: ก็ชอบ แฟนก็เห็นด้วย ได้ราคาแรกเลยซื้อ		ดูห้องตัวอย่างแล้วชอบ ได้ราคาแรกจึงจอง
ผู้สัมภาษณ์ : จากปัจจัยทั้ง 8 ข้อด้านบน ท่านยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด ผู้ให้สัมภาษณ์: ไม่ตอบ		

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

## สรุปบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเอง

	กระบวนการซื้อ	โครงการเทล่า ทองหล่อ 13	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ท่านที่ 1	ตระหนักถึงความ ต้องการซื้อ	มีนิติบุคคลคอยดูแล เพราะคอนโดเก้านิติดีดีมาก	ใช้เป็นบ้านหลังที่สอง ใน วันทำงาน	ความสะดวกสบาย คอนโดเป็นพื้นที่ปิด ระบบความปลอดภัย ต้องใช้การ์ดเข้าออก
	แสวงหา ข่าวสาร	-มีโบรชัวร์ส่งมาทาง ไปรษณีย์ก่อน แล้วโทร ถาม -เซลล์เอาเลเอาท์ไปให้ ลูกค้าดู -ดูห้องตัวอย่างแล้วชอบ จึงจอง	-เซลล์ไลน์มาบอก โครงการใหม่ -เซลล์นำข้อมูลโครงการ ไปนำเสนอลูกค้า แล้วจึงจอง -ได้ดูห้องตัวอย่างก่อนจึง จอง	-เซลล์โทรศัพท์แจ้งข่าว โครงการใหม่ - มาดูห้องตัวอย่างก่อน แล้วปรึกษาพ่อแม่ จึง จอง
	ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์และทอง หล่อ	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
	พฤติกรรม หลังการซื้อ	ไม่ซื้ออีก เพราะมีหลายที่ แล้ว และรอลูกโตก่อน	ไม่ซื้ออีก เพราะยังไม่ได้ คิดจะซื้อ	ซื้ออีก ถ้ามีเงินซื้ออีก
ท่านที่ 2	ตระหนักถึงความ ต้องการซื้อ	อยากมีบ้านในเมือง จึงซื้อ คอนโดมิเนียม	ไว้เป็นที่อยู่ชั่วคราว ไม่ ต้องดูแลทำความสะอาด มาก	อยากมีบ้านในเมือง แต่ หายาก เลยซื้อ คอนโดมิเนียมแทน
	แสวงหา ข่าวสาร	-เซลล์โทรศัพท์ตรงมา แจ้งข่าวแล้วเซลล์เอา ข้อมูลมาให้ดู เข้ามา -ดูห้องตัวอย่าง - ค่อยๆที่บ้าน ได้เลือก ห้องก่อน จึงจอง	-เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งว่า มีโครงการใหม่ -เซลล์เอาข้อมูลโครงการ ไปให้ลูกค้าดู -ดูห้องตัวอย่างก่อนจึง จอง	-เซลล์โทรศัพท์แจ้งว่ามี โครงการใหม่ -ไม่ดูห้องตัวอย่าง -พนักงานขายเอาเล เอาท์ห้องให้ดู ขายแบบ ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว กลัวไม่ได้ห้อง จึงจอง
	ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์และทอง	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง	ไม่มีเปรียบเทียบ

	กระบวนการซื้อ	โครงการเช่า ทองหล่อ 13	โครงการบิณฑิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
		หล่อ	หล่อ	
	พฤติกรรม หลังการซื้อ	คิดจะซื้ออีก ถ้าทำเลดี	ไม่ซื้ออีก เพราะยังมี คอนโดมิเนียมอีกที่หนึ่ง	ซื้ออีก ถ้าดีก็ซื้อ
ท่านที่ 3	ตระหนักถึง ความ ต้องการซื้อ	ใกล้ฝั่ง ใกล้ร้านอาหาร เที่ยวเสร็จก็มานอน	เดินทางสะดวก ด้วย รถไฟฟ้าในช่วงเร่งรีบ	ที่ตั้งของคอนโดมิเนียม อยู่กลางเมือง สะดวก ดีกว่าบ้าน
	แสวงหา ข่าวสาร	-ได้รับอีเมลล์ก่อนว่ามี โครงการเปิดใหม่ -โทรกลับมาเซลล์ตาม อีเมลล์ เซลล์ให้เข้ามาดู ห้องตัวอย่าง - เลือกห้อง ต่อราคาได้ แล้วจึงจอง	-เซลล์โทรศัพท์มาแจ้ง ข่าวโครงการใหม่ - เซลล์นัดให้เข้ามาดูห้อง ตัวอย่าง - กลับมาปรึกษากับที่บ้าน แล้วจึงจอง	-เซลล์โทรศัพท์มาบอก โครงการใหม่ แล้วขับรถ ผ่านสำนักงานขายเลย แวะเข้ามาดู -ดูห้องตัวอย่าง แล้ว กลับไปพิจารณาก่อน แล้วจึงจอง
	ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	เปรียบเทียบกับโครงการ นอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่พร้อม พงษ์ ทองหล่อ
	พฤติกรรม หลังการซื้อ	ซื้ออีก ถ้าทำเลดี สะดวกสบาย	ไม่ซื้ออีก เพราะยังไม่ จำเป็นต้องซื้อ	ไม่ซื้ออีก เพราะผ่อนไม่ ไหว
ท่านที่ 4	ตระหนักถึง ความ ต้องการซื้อ	มีคนคอยดูแล ห้อง ดูแล ดีก็ให้ ไม่ต้องคอยดูแลเอง	ชอบอยู่สูงๆ เห็นวิวเมือง	สะดวกสบาย เพื่อนมา หาง่าย
	แสวงหา ข่าวสาร	-มีโบรชัวร์ส่งมาที่บ้าน โทรไปถาม เซลล์นัดเอา ข้อมูลไปให้ดู -ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง - ชอบก็เลยโอนเงินมาจอง	-เซลล์ไลน์มาบอกว่ามี โครงการใหม่ -เซลล์เอาข้อมูลโครงการ ไปให้ดู - ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง ได้ราคาแรกจึงจอง	-มีโบรชัวร์ส่งมาแจ้ง โครงการใหม่ เลยเข้ามา ดู -ดูห้องตัวอย่างแล้ว ตัดสินใจซื้อ เพราะเห็น คนซื้อกัน แฟนชอบ
	ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ นอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	ไม่เปรียบเทียบ	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่พร้อม พงษ์ ทองหล่อ



กระบวนการซื้อ	โครงการเตล่า ทองหล่อ 13	โครงการปัทนิต สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
พฤติกรรม หลังการซื้อ	ซื้ออีก เพราะสบายมีคน คอยดูแลห้องให้	ซื้ออีก เพราะอยากมีบ้าน หลายๆทำเล	ซื้ออีก เพราะชอบซื้อ คนในครอบครัวก็มาอยู่

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา



สรุปบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อการลงทุน

	ผู้ให้สัมภาษณ์	โครงการเช่า ทองหล่อ 13	โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ท่านที่ 5	ตระหนักถึงความต้องการซื้อ	ซื้อขายคอนโดมิเนียมได้เงินมากกว่าดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร น่าจะขายได้ง่ายกว่า บ้าน	ขายได้กำไรมากกว่า และเร็วกว่า บ้าน	คอนโดมิเนียมปล่อยเช่าได้ง่ายกว่า บ้าน หากคนเช่าได้ง่ายกว่าบ้าน
	แสวงหาข่าวสาร	-ได้รับอีเมลล์เลยโทรมาถามข้อมูล เซลล์เอาเลเอาท์ ฟอว์แพลนไปให้ดู เลือกห้องแล้วจอง - ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างก่อน	-เซลล์โทรศัพท์มาบอกว่ามีโครงการใหม่ -มางานอีเว้นท์เปิดตัวโครงการ -ดูห้องตัวอย่างแล้วชอบ ราคาไม่สูงมาก จึงจอง	-เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งข่าวโครงการใหม่ เชิญให้มางานอีเว้นท์เปิดตัว -ชอบห้องตัวอย่าง มาดูแล้วชอบทำเล จึงจอง
	ประเมินทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ	เปรียบเทียบกับโครงการทั้งในและนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ	เปรียบเทียบกับโครงการในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
	พฤติกรรมหลังการซื้อ	ไม่ซื้ออีก เพราะคงต้องขายคอนโดที่มีอยู่ก่อน	ไม่ซื้ออีก เพราะจะรอขายคอนโดมิเนียมบางส่วนให้ได้อีกก่อน	ไม่ซื้ออีก เพราะกลัวไม่มีเงินจ่าย
ท่านที่ 6	ตระหนักถึงความต้องการซื้อ	ลงทุนคอนโดมิเนียมน่าจะขายได้เร็วกว่า บ้าน	เพื่อนบอกให้มาซื้อคอนโดมิเนียมลงทุน ก็เลยซื้อตาม	เดินทางสะดวกสบาย หาของกินง่าย หาคนเช่าง่าย
	แสวงหาข่าวสาร	-มีโบรชัวร์ส่งมาก่อน แล้วเซลล์ก็โทรมาชวนซื้อ -ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง เซลล์นัดนำเสนอรูปแบบโครงการ ให้เลือกห้องก่อน ได้ราคาดีจึงจอง	-เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งข่าวโครงการใหม่ และเอาข้อมูลโครงการไปนำเสนอ -ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างก่อน จอง เชื่อเซลล์จึงจอง	-เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งว่ามีโครงการใหม่ เชิญให้มางานอีเว้นท์ -ดูห้องตัวอย่างแล้ว ยังไม่จอง - แล้วกลับไปปรึกษากับที่บ้านก่อนจึงจอง
	ประเมิน	เปรียบเทียบกับโครงการ	ไม่มีเปรียบเทียบ	เปรียบเทียบกับ

	ผู้ให้ สัมภาษณ์	โครงการเหล่า ทอหล่อ 13	โครงการบิณฑิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ท่านที่ 7	ทางเลือก	นอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ		โครงการในพื้นที่พร้อม พงษ์ ทองหล่อ
	พฤติกรรม หลังการ ซื้อ	ไม่ซื้ออีก เพราะต้องดู กระแสเงินสดก่อน	ซื้ออีก เพราะซื้อไว้จะได้มี คอนโดหลายๆที่ให้ลูกค้า ได้เลือก	ไม่ซื้ออีก เพราะกลัว ปล่อยเช่าไม่ได้
	ตระหนัก ถึงความ ต้องการ ซื้อ	<u>มูลค่าของคอนโดเนียม</u> <u>เพิ่มเร็วกว่าและสูงกว่า</u> <u>บ้าน</u>	<u>ซื้อขายเร็ว</u> <u>ทำกำไรได้มากกว่า บ้าน</u>	<u>ลงทุนกับคอนโดเนียม</u> <u>ดีกว่าบ้าน</u>
	แสวงหา ข่าวสาร	- <u>เซลล์โทรศัพท์แจ้งข่าว</u> <u>โครงการใหม่</u> <u>-ดูห้องตัวอย่างแล้ว</u> กลับมาศึกษาโครงการ ก่อน แล้วจึงจอง ลูกค้ามีต่อราคาก่อนจอง -	- <u>เซลล์โทรศัพท์แจ้งข่าว</u> <u>โครงการใหม่ เอาเลเอาท์</u> <u>ฟอร์แพลนเข้าไปให้เลือก</u> <u>-ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างก่อน</u> จอง ต้องรีบซื้อ ห้องขายเร็ว มาก	- <u>เซลล์ไลน์มาบอก</u> <u>โครงการใหม่ ชักชวนให้</u> <u>ซื้อ</u> <u>-ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง</u> เชื่อเซลล์ ให้เซลล์เลือก ห้องให้แล้วโอนเงินจอง
	ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	ไม่มีเปรียบเทียบ	เปรียบเทียบกับ โครงการนอกพื้นที่ พร้อมพงษ์ ทองหล่อ
พฤติกรรม หลังการ ซื้อ	ไม่ซื้ออีก เพราะอยากขาย ของเก่าให้ได้ก่อน	ซื้ออีก ถ้าพิจารณาแล้วว่า ขายได้ ดูตลาดด้วย	ซื้ออีก ถ้าทำเลดีน่าซื้อ แล้วให้เอเจนท์ขายต่อ ให้	
ท่านที่ 8	ตระหนัก ถึงความ ต้องการ ซื้อ	คอนโดเนียมขายได้กำไร <u>มากกว่า บ้าน</u>	<u>ลงทุนกับคอนโดเนียม</u> <u>ดีกว่าบ้าน</u> <u>ดีกว่าฝากซื้อเงินใน</u> <u>ธนาคาร</u>	คอนโดตั้งอยู่ในเมือง <u>สะดวกสบาย ขายง่าย</u> จึงหันมาซื้อคอนโด
	แสวงหา ข่าวสาร	- <u>ได้รับอีเมลล์แจ้งข่าว</u> <u>โครงการใหม่ สนใจเลย</u> โทรถาม เซลล์ก็แจ้งว่ามี <u>งานอีเว้นท์</u> เลยมา	- <u>เซลล์โทรศัพท์มาบอก</u> <u>โครงการใหม่ เอาข้อมูลไป</u> <u>นำเสนอที่บ้านลูกค้า ให้</u> <u>ดูเลเอาท์ ฟอร์แพลน</u>	- <u>เซลล์ไลน์บอกว่ามี</u> <u>โครงการใหม่ และส่งเล</u> <u>เอาท์ ฟอร์แพลนไปทาง</u> <u>ไลน์</u>

ผู้ให้ สัมภาษณ์	โครงการเหล่า ทอหล่อ 13	โครงการปีหนัก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
	-ดูห้องตัวอย่างแล้วชอบ จึงจอง	-ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง จอง ตามเพื่อน	-ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง - ให้เซลล์เลือกห้องให้ แล้วโอนเงินไปจอง
ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	ไม่มีเปรียบเทียบ	เปรียบเทียบกับ โครงการทั้งในและนอก พื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ
พฤติกรรม หลังการ ซื้อ	ไม่ซื้ออีก เพราะต้องการดู กระแสเงินสดก่อน	ซื้ออีก เพราะชอบบอมเงิน ในอสังหาริมทรัพย์	ไม่ซื้ออีก เพราะอยาก ขายที่มีอยู่ให้ได้ก่อน

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

## สรุปบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน

	ผู้ให้สัมภาษณ์	โครงการเช่า ทงหล่อ 13	โครงการบิณฑิก สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
ท่านที่ 9	ตระหนักถึงความต้องการซื้อ	อยากซื้อคอนโดมิเนียมไว้บ้าง <u>อยากอยู่ในทำเลใจกลางเมือง</u>	<u>ซื้อไว้ ถ้าไม่มาอยู่สามารถปล่อยเช่าได้</u>	<u>ซื้อง่ายขายง่าย</u>
	แสวงหาข่าวสาร	- <u>เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งว่ามีโครงการใหม่ และส่งข้อมูลไปให้ลูกค้าทางอีเมลล์</u> - <u>ดูห้องตัวอย่างแล้วจึงจอง</u>	- <u>เซลล์โทรศัพท์มาแจ้งว่ามีโครงการใหม่ ราคาไม่แพงจึงสนใจ</u> - <u>มาดูห้องตัวอย่างก่อนแล้วจึงจอง</u>	- <u>เซลล์บอกให้ซื้อเก็บไว้จึงซื้อ</u> - <u>เซลล์ไลน์บอกว่ามีโครงการใหม่ส่งเลเอาท์ฟอร์แพลน ให้เลือกห้องก่อน ยังไม่ดูห้องตัวอย่าง แล้วตัดสินใจจอง</u>
	ประเมินทางเลือก	ไม่เปรียบเทียบ	เปรียบเทียบกับโครงการทั้งในและนอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทงหล่อ	ไม่เปรียบเทียบ
	พฤติกรรมหลังการซื้อ	<u>ซื้ออีก เพราะยังอยากได้คอนโดมิเนียมริมแม่น้ำเจ้าพระยา</u>	<u>ซื้ออีก เพราะอยากได้อีก เพราะได้บิณฑิกเป็นที่แรกที่ซื้อ</u>	<u>ซื้ออีก ถ้าเป็นทำเลที่ถูกใจ เซลล์จะค่อยบอก</u>
ท่านที่ 10	ตระหนักถึงความต้องการซื้อ	<u>สะดวกสบาย น่าจะทำให้ชีวิตง่ายขึ้นกว่าการอยู่บ้าน</u>	<u>เพื่อเข้ามาใช้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการขายต่อง่าย</u>	<u>สะดวกสบาย พื้นที่พอเหมาะ ไม่ต้องทำ ความสะอาดมาก</u>
	แสวงหาข่าวสาร	- <u>มีเอกสารส่งมาที่บ้านเชิญมางานเปิดตัว</u> - <u>ดูห้องตัวอย่างแล้วกลับไปปรึกษากับที่บ้านก่อน</u> - <u>ตัดสินใจซื้อแล้ว จึง</u>	- <u>เซลล์อีเมลล์ให้ลูกค้าว่ามีโครงการใหม่</u> - <u>ดูห้องตัวอย่างแล้วกลับไปปรึกษากับแฟนแล้วจึงจอง</u>	- <u>มีอีเมลล์ส่งมา มีโครงการใหม่ ลูกค้าสนใจจึงโทรกลับไปถาม</u> <u>เซลล์เชิญให้มางานอีเว้นท์และดูห้องตัวอย่าง</u> - <u>ดูห้องตัวอย่างแล้ว</u>

	ผู้ให้ สัมภาษณ์	โครงการเหล่า ทองหล่อ 13	โครงการบิคนิค สุขุมวิท 32	โครงการคราม สุขุมวิท 26
		กลับมาที่สำนักงานอีกครั้ง เพื่อจอง		กลับไปคุยกับที่บ้านแล้ว จึงจอง
	ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่พร้อม พงษ์ ทองหล่อ
	พฤติกรรม หลังการ ซื้อ	ซื้ออีก ถ้าทำเลดี และมี เงิน	ซื้ออีก ซื้อเก็บไว้เพื่อให้ลูก ให้ญาติ	ไม่ซื้ออีกเพราะไม่มีเงิน ผ่อน
ท่านที่ 11	ตระหนัก ถึงความ ต้องการ ซื้อ	<u>สะดวกสบาย</u> <u>ประหยัดเวลา</u> <u>ขายต่อได้ง่ายได้ราคา</u>	<u>คอนโดมิเนียมตั้งอยู่ใน</u> <u>ทำเลที่ดี</u> <u>อยากซื้อที่ดิน</u> <u>ตรงนั้น แต่แพงมากจึงซื้อ</u> <u>คอนโดแทน</u>	<u>ต้องการอยู่ในเมือง</u> <u>เดินทางสะดวก</u> <u>ขึ้นลง</u> <u>ห้องง่าย</u>
	แสวงหา ข่าวสาร	- <u>เชลล์ส่งอีเมลล์มาเสนอ</u> โครงการใหม่ แล้วโทรให้ เข้ามาดูห้องตัวอย่าง - <u>ดูห้องตัวอย่างแล้ว</u> ต่อรองราคา ได้จึงจอง	- <u>เชลล์โทรศัพท์มาแจ้ง</u> <u>ข่าวโครงการใหม่</u> แล้วจะ <u>นัดลูกค้าเอาข้อมูลไปใหญ่</u> - <u>มาดูห้องตัวอย่างแล้ว</u> ราคากำลังจะปรับขึ้น จึง รีบจอง	- <u>เชลล์ไลน์บอกว่ามี</u> <u>โครงการใหม่</u> - <u>ไม่ได้ดูห้องตัวอย่าง</u> ก่อนจอง
	ประเมิน ทางเลือก	เปรียบเทียบกับโครงการ ในพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	เปรียบเทียบกับโครงการ นอกพื้นที่พร้อมพงษ์ ทอง หล่อ	ไม่ได้เปรียบเทียบ
	พฤติกรรม หลังการ ซื้อ	ซื้ออีก เพราะแพลนว่าจะ ซื้อคราม สุขุมวิท 26 อีก	ไม่ซื้ออีก เพราะต้องดู กระแสเงินสดก่อน	ซื้ออีก เพราะอยากซื้อ เก็บไว้ให้ลูก
ท่านที่ 12	ตระหนัก ถึงความ ต้องการ ซื้อ	<u>อยากซื้อที่ที่ทำคอนโดมา</u> <u>สร้างบ้าน แต่ซื้อไม่ไหว</u> <u>เลยซื้อคอนโดแทน</u>	<u>ซื้อเก็บเป็นทรัพย์สิน</u> <u>ทิ้งไว้</u> <u>นานๆได้ไม่ต้องดูแลมาก</u> ไม่ต้องกลัวโจรจะปีนขึ้น	อยากมีบ้านในเมือง แต่ บ้านอยู่ในซอยลึกจึงมา ซื้อคอนโดมิเนียม
	แสวงหา ข่าวสาร	- <u>มีโปรแชร์มาส่งที่บ้าน</u> <u>สนใจจึงโทรกลับมามาก</u>	- <u>เชลล์โทรศัพท์แจ้งข่าว</u> <u>โครงการใหม่</u> แล้วขับรถ	- <u>เชลล์โทรศัพท์มาแจ้ง</u> <u>ข่าวโครงการใหม่</u> แล้ว

ผู้ให้ สัมภาษณ์	โครงการเหล่า ทอกล่อ 13	โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32	โครงการครม สุขุมวิท 26
	ข้อมูล เซลล์เอาเลอ้าท์ ฟอร์แพลนเข้าไปให้ดู -ไม่ได้ดูห้องตัวอย่างก่อน แต่เลือกห้องได้ก่อน จึง จอง	มารับพาไปดูห้องตัวอย่าง ที่สำนักงานขาย -ดูห้องตัวอย่างแล้วจึง จอง	เชิญลูกค้ามางานเปิดตัว พร้อมดูห้องตัวอย่าง -ดูห้องตัวอย่างแล้ว ชอบ ได้ราคาแรกจึง จอง
ประเมิน ทางเลือก	ไม่เปรียบเทียบ	ไม่เปรียบเทียบ	เปรียบเทียบกับ โครงการในพื้นที่พร้อม พงษ์ ทอกล่อ
พฤติกรรม หลังการ ซื้อ	ซื้ออีก เพราะชอบซื้อเก็บ โลเคชั่นที่ดีไว้	ไม่ซื้ออีก เพราะมี คอนโดมิเนียมหลายที่แล้ว	ซื้ออีก ถ้าเจอทำเลดีๆ เพราะอนาคตคงหาที่ ดีๆยากแล้ว

ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน  
ตารางประเภทที่พักอาศัยปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน			ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน		
	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์		บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์		บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์	
โครงการเหล่า ทองหล่อ 13									
ท่านที่ 1	✓								
ท่านที่ 2	✓								
ท่านที่ 3		✓							
ท่านที่ 4	✓								
ท่านที่ 5				✓					
ท่านที่ 6				✓					
ท่านที่ 7				✓					
ท่านที่ 8					✓				
ท่านที่ 9							✓		
ท่านที่ 10							✓		
ท่านที่ 11							✓		
ท่านที่ 12							✓		
โครงการบิณฑิศ สุขุมวิท 32									
ท่านที่ 1	✓								
ท่านที่ 2		✓							
ท่านที่ 3	✓								
ท่านที่ 4	✓								
ท่านที่ 5						✓			



ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน			ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน		
	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ คอนโดมิเนียม	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์		
ท่านที่ 6			✓						
ท่านที่ 7					✓				
ท่านที่ 8					✓				
ท่านที่ 9						✓			
ท่านที่ 10						✓			
ท่านที่ 11						✓			
ท่านที่ 12						✓			
โครงการคราม สุขุมวิท 26									
ท่านที่ 1	✓								
ท่านที่ 2	✓								
ท่านที่ 3	✓								
ท่านที่ 4	✓								
ท่านที่ 5			✓						
ท่านที่ 6					✓				
ท่านที่ 7			✓						
ท่านที่ 8			✓						
ท่านที่ 9						✓			
ท่านที่ 10								✓	
ท่านที่ 11						✓			
ท่านที่ 12						✓			
รวม	10	2	0	7	1	4	11	0	1

ที่มาข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา :

ตารางลักษณะการครอบครองที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน			ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน		
	ของตัวเอง	ของบิดามารดา/ เช่าอยู่	เช่าอยู่	ของตัวเอง	ของบิดามารดา/ เช่าอยู่	เช่าอยู่	ของตัวเอง	ของบิดามารดา/ เช่าอยู่	เช่าอยู่
โครงการเหล่า ทองหล่อ 13									
ท่านที่ 1	✓								
ท่านที่ 2	✓								
ท่านที่ 3	✓								
ท่านที่ 4	✓								
ท่านที่ 5				✓					
ท่านที่ 6				✓					
ท่านที่ 7				✓					
ท่านที่ 8				✓					
ท่านที่ 9							✓		
ท่านที่ 10							✓		
ท่านที่ 11							✓		
ท่านที่ 12							✓		
โครงการบิณฑิก สุขุมวิท 32									
ท่านที่ 1	✓								
ท่านที่ 2	✓								
ท่านที่ 3		✓							
ท่านที่ 4	✓								
ท่านที่ 5					✓				
ท่านที่ 6				✓					

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน			ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน		
	ของตัวเอง	ของบิดามารดา/ เช่าอยู่	เช่าอยู่	ของตัวเอง	ของบิดามารดา/ เช่าอยู่	เช่าอยู่	ของตัวเอง	ของบิดามารดา/ เช่าอยู่	เช่าอยู่
ท่านที่ 7					✓				
ท่านที่ 8					✓				
ท่านที่ 9							✓		
ท่านที่ 10							✓		
ท่านที่ 11							✓		
ท่านที่ 12							✓		
โครงการครม สุขุมวิท 26									
ท่านที่ 1		✓							
ท่านที่ 2	✓								
ท่านที่ 3	✓								
ท่านที่ 4	✓								
ท่านที่ 5				✓					
ท่านที่ 6					✓				
ท่านที่ 7				✓					
ท่านที่ 8				✓					
ท่านที่ 9							✓		
ท่านที่ 10								✓	
ท่านที่ 11							✓		
ท่านที่ 12							✓		
รวม	10	2	0	8	4	0	11	1	0

ที่มา : ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

ตารางอสังหาริมทรัพย์อื่นนอกเหนือจากที่พักอาศัยปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน			ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน		
	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ ทาวน์โฮม	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ ทาวน์โฮม	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ ทาวน์โฮม	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์
โครงการเหล่า ทองหล่อ 13									
ท่านที่ 1		✓							
ท่านที่ 2	✓	✓							
ท่านที่ 3									
ท่านที่ 4									
ท่านที่ 5					✓				
ท่านที่ 6					✓				
ท่านที่ 7				✓					
ท่านที่ 8									
ท่านที่ 9							✓		
ท่านที่ 10									
ท่านที่ 11								✓	
ท่านที่ 12								✓	
โครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32									
ท่านที่ 1		✓							
ท่านที่ 2									
ท่านที่ 3	✓								
ท่านที่ 4	✓								
ท่านที่ 5					✓				
ท่านที่ 6				✓	✓				

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน			ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน		
	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ ทาวน์โฮม	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ ทาวน์โฮม	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด/ ทาวน์โฮม	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์
ท่านที่ 7					✓				
ท่านที่ 8					✓				
ท่านที่ 9									
ท่านที่ 10							✓	✓	
ท่านที่ 11							✓		
ท่านที่ 12							✓		
โครงการครม สุขุมวิท 26									
ท่านที่ 1	✓								
ท่านที่ 2		✓							
ท่านที่ 3									
ท่านที่ 4		✓							
ท่านที่ 5				✓					
ท่านที่ 6					✓				
ท่านที่ 7					✓				
ท่านที่ 8					✓				
ท่านที่ 9							✓		
ท่านที่ 10									
ท่านที่ 11							✓	✓	
ท่านที่ 12									
รวม	3	5	0	3	9	0	5	4	0

ที่มา : ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

ตารางผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน				ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน			
	ตัวเอง	สามี/ภรรยา/ บิดามารดา/	บิดามารดา/	ตัวเอง	สามี/ภรรยา/ เพื่อน	เพื่อน	พนักงานขาย	ตัวเอง	สามี/ภรรยา/ บิดามารดา/	บิดามารดา/	พนักงานขาย
โครงการเตล่า ทองหล่อ 13											
ท่านที่ 1		✓									
ท่านที่ 2	✓										
ท่านที่ 3	✓										
ท่านที่ 4		✓									
ท่านที่ 5				✓							
ท่านที่ 6					✓						
ท่านที่ 7				✓							
ท่านที่ 8				✓							
ท่านที่ 9								✓			
ท่านที่ 10										✓	
ท่านที่ 11									✓		
ท่านที่ 12								✓			
โครงการปีทนิค สุขุมวิท 32											
ท่านที่ 1		✓									
ท่านที่ 2		✓									
ท่านที่ 3			✓								
ท่านที่ 4	✓										
ท่านที่ 5				✓							
ท่านที่ 6							✓				

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อพักอาศัยเอง			ชื่อเพื่อการลงทุน				ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน			
	ตัวเอง	สามี/ภรรยา/ บิดามารดา/	บิดามารดา/	ตัวเอง	สามี/ภรรยา/ เพื่อน	เพื่อน	พนักงานขาย	ตัวเอง	สามี/ภรรยา/ บิดามารดา/	บิดามารดา/	พนักงานขาย
ท่านที่ 7				✓							
ท่านที่ 8						✓					
ท่านที่ 9								✓			
ท่านที่ 10									✓		
ท่านที่ 11								✓			
ท่านที่ 12								✓			
โครงการक्रम สุขุมวิท 26											
ท่านที่ 1			✓								
ท่านที่ 2		✓									
ท่านที่ 3	✓										
ท่านที่ 4		✓									
ท่านที่ 5				✓							
ท่านที่ 6						✓					
ท่านที่ 7							✓				
ท่านที่ 8							✓				
ท่านที่ 9											✓
ท่านที่ 10										✓	
ท่านที่ 11											✓
ท่านที่ 12									✓		
รวม	4	6	2	6	2	1	3	5	3	2	2

ที่มา : ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

ตารางปัจจัยสำคัญที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อ 3 ลำดับแรก

ผู้ให้สัมภาษณ์	ข้อเพื่อพักอาศัยเอง							
	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านสถาปัตยกรรม	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านราคา	ด้านโปรแกรมส่งเสริมการขาย	ด้านความเชื่อมั่นในผู้พัฒนาโครงการ	ด้านการดูแลของพนักงานขาย
โครงการเหล่า ทองหล่อ 13								
ท่านที่ 1	1		2		3			
ท่านที่ 2	1		3		2			
ท่านที่ 3	1		2		3			
ท่านที่ 4	1		2		3			
โครงการปิ่นนิก สุขุมวิท 32								
ท่านที่ 1	1	3			2			
ท่านที่ 2	1	2			3			
ท่านที่ 3	1		3		2			
ท่านที่ 4	1		3		2			
โครงการคราม สุขุมวิท 26								
ท่านที่ 1	1	2			3			
ท่านที่ 2	1	2			3			
ท่านที่ 3	1		3		2			
ท่านที่ 4	1	3			2			
รวม	ปัจจัย					1	2	3
	ด้านทำเลที่ตั้ง					12		
	ด้านราคา						6	6
	ด้านสถาปัตยกรรม						3	2
	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด						3	4

ที่มา : ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา



ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อการลงทุน							
	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านสถาปัตยกรรม	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง ภายในห้องชุด	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	ด้านราคา	ด้านโปรแกรมส่งเสริม การขาย	ด้านความเชื่อมั่นใน ผู้พัฒนาโครงการ	ด้านการดูแลของ พนักงานขาย
โครงการเกล้า ทองหล่อ 13								
ท่านที่ 1	1	2			3			
ท่านที่ 2	1		2		3			
ท่านที่ 3	1			3	2			
ท่านที่ 4	1		2		3			
โครงการปิ่นนาค สุขุมวิท 32								
ท่านที่ 1	1	3			2			
ท่านที่ 2	1	3			2			
ท่านที่ 3	1		3		2			
ท่านที่ 4	1	3			2			
โครงการคราม สุขุมวิท 26								
ท่านที่ 1	1		3		2			
ท่านที่ 2	1	2			3			
ท่านที่ 3	1	2			3			
ท่านที่ 4	1		3		2			
รวม	ปัจจัย					1	2	3
	ด้านทำเลที่ตั้ง					12		
	ด้านราคา						7	5
	ด้านสถาปัตยกรรม						3	3
	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด						2	3
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							1

ที่มา : ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ชื่อเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สิน							
	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านสถาปัตยกรรม	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง ภายในห้องชุด	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	ด้านราคา	ด้านโปรโมชั่น	ส่งเสริมการขาย	ด้านความเชื่อมั่นใน ผู้พัฒนาโครงการ
โครงการเกล้า ทองหล่อ 13								
ท่านที่ 1	1	2			3			
ท่านที่ 2	1	2			3			
ท่านที่ 3	1		3		2			
ท่านที่ 4	1	2			3			
โครงการบิทรนิค สุขุมวิท 32								
ท่านที่ 1	1	3			2			
ท่านที่ 2	1	2			3			
ท่านที่ 3	1		3		2			
ท่านที่ 4	1		3		2			
โครงการคราม สุขุมวิท 26								
ท่านที่ 1	1	2			3			
ท่านที่ 2	1	2			3			
ท่านที่ 3	1	3			2			
ท่านที่ 4	1	3			2			
รวม	ปัจจัย					1	2	3
	ด้านทำเลที่ตั้ง					12		
	ด้านราคา						6	6
	ด้านสถาปัตยกรรม						5	3
	ด้านวัสดุที่ใช้ก่อสร้างภายในห้องชุด						1	3

ที่มา : ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโครงการกรณีศึกษา

**ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์**

ชื่อ-สกุล	วิศิษฐ์พงศ์ พัตตานนท์
การศึกษา	เทคโนโลยีการบินบัณฑิต (การจัดการท่าอากาศยาน) สถาบันการบินพลเรือน
ประสบการณ์การทำงาน	พนักงานขายอาวุโส บริษัท ซีพีอาร์อี ประเทศไทย
ติดต่อ	onkg_avm@hotmail.com

