


บทที่ 4

การสรุปผลการสำรวจ

ในการสรุปข้อมูล ได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ลักษณะการซื้ออาคาร และการครอบครองกรรมสิทธิ์
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อโครงการ
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการทรัพย์สินกลาง
- ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ตารางแจกแจงความถี่ร่วม
เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ต่าง ๆ กัน



คุรุณวิทย์วิทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคม

ก) เจ้าของบ้านหรือหัวหน้าครอบครัว

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 35 ปี	4	3.20
35-49 ปี	21	16.90
40-44 ปี	16	12.90
45-49 ปี	25	20.20
50-59 ปี	58	46.80
60 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากที่เป็นเจ้าของบ้านหรือหัวหน้าครอบครัว มีอายุตั้งแต่ 50-59 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 45-49 ปี และอายุระหว่าง 35-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.20 และ 16.90 ตามลำดับ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	87	70.20
หญิง	37	29.80
รวม	124	100.00

จากตาราง พบว่า กลุ่มตัวอย่างบ้านเป็นเพศชาย ร้อยละ 70.20 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 29.80

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	8	6.45
มัธยมศึกษา	21	16.94
อาชีวศึกษา	25	20.16
อุดมศึกษา	70	56.45
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 56.45 รองลงมาคือ ระดับอาชีวศึกษา และมัธยมศึกษา โดยคิดเป็นร้อยละ 20.16 และ 16.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	-	-
รัฐวิสาหกิจ	21	16.94
บริษัทเอกชน	29	23.39
ธุรกิจส่วนตัว	74	59.67
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า อาชีพของเจ้าของบ้าน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 59.67 รองลงมาคือ ทำงานบริษัทเอกชนและรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.39 และ 16.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	41	33.07
แต่งงานแล้ว	70	56.45
หย่า	9	7.26
หม้าย	4	3.22
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 56.45 รองลงมาคือ โสด ร้อยละ 33.07

จ) คู่สมรส

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของคู่สมรสจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 35 ปี	4	5.71
35-39 ปี	17	24.29
40-44 ปี	14	20.00
45-49 ปี	31	44.29
50-59 ปี	4	5.71
60 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	70	100.00

จากตารางพบว่า คู่สมรสของเจ้าของบ้านส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 45-49 ปี ร้อยละ 44.29 รองลงมาคือ อายุ 35-39 ปี และ 40-44 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 24.29 และ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของคู่สมรสจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	5.71
มัธยมศึกษา	13	18.58
อาชีวศึกษา	9	12.85
อุดมศึกษา	44	62.86
รวม	70	100.00

จากตารางพบว่า คู่สมรสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 62.86 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาโดยมีค่า ร้อยละ 18.58 และ 12.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของคู่สมรสจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	-	-
รัฐวิสาหกิจ	19	15.32
บริษัทเอกชน	38	30.65
ธุรกิจส่วนตัว	67	54.03
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า คู่สมรสของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว สูงถึง ร้อยละ 54.03 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชนและรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.65 และ 15.32 ตามลำดับ

ค) บุตร

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน (ร้อยละ) บุตรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	35	54.69
หญิง	29	45.31
รวม	64	100.00

จากตารางพบว่า บุตรของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.69 รองลงมา คือเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.31

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน (ร้อยละ) บุตรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	11	17.19
มัธยมศึกษา	21	32.81
อาชีวศึกษา	12	18.76
อุดมศึกษา	20	31.25
รวม	64	100.00

จากตารางพบว่า บุตรของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และ
อุดมศึกษา โดยมีค่าใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 32.81 และ 31.25 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ลักษณะการซื้ออาคาร และการครอบครองกรรมสิทธิ์

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ของครอบครัว(ต่อเดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50,000 บาท	24	19.35
50,001-100,000 บาท	48	38.72
100,001-150,000 บาท	24	19.35
สูงกว่า 150,000 บาท	28	22.58
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มียาได้ 50,001-100,000 บาท มากที่สุด คือ ร้อยละ 38.72 รองลงมาคือ สูงกว่า 150,000 คิดเป็นร้อยละ 22.58

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจ่ายเงินซื้ออาคารทาวน์เฮ้าส์

การจ่ายเงินซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	25	20.16
เงินผ่อน	36	79.84
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ที่ซื้ออาคารทาวน์เฮ้าส์ส่วนใหญ่ซื้อเงินผ่อน คิดเป็นร้อยละ 79.84 และซื้อเงินสดร้อยละ 20.16

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่ายค่าบริการส่วนกลาง อาคารทาวน์เฮ้าส์ที่สามารถจ่ายได้

รายจ่ายค่าบริการส่วนกลางอาคาร (ต่อเดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 700 บาท	21	16.94
701-1,500 บาท	46	37.09
1,501-2,300 บาท	38	30.65
2,301-3,000 บาท	19	15.32
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า รายจ่ายค่าบริการส่วนกลางอาคารต่อเดือนที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถจ่ายได้ คือ ระหว่าง 701-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.09 รองลงมาคือ 1,501-2,300 บาท ร้อยละ 30.65 และต่ำกว่า 700 บาท ร้อยละ 16.94

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการครอบครองอาคาร

การครอบครองอาคาร	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์อาคารและที่ดิน และกรรมสิทธิ์รวมในทรัพย์สินกลาง	80	64.52
เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เฉพาะอาคารโดยที่ดิน ทั้งโครงการเป็นกรรมสิทธิ์รวมในทรัพย์สิน ส่วนกลาง	-	-
เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เฉพาะอาคารและที่ดิน	44	35.48
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า การครอบครองอาคารของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะ เป็นเจ้าของ
กรรมสิทธิ์อาคารและที่ดิน และกรรมสิทธิ์รวมในทรัพย์สินกลางสูงถึงร้อยละ 64.52 รองลงมาคือ เป็น
เจ้าของกรรมสิทธิ์เฉพาะอาคารและที่ดินของบ้านเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 35.48

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุการซื้อบ้าน

สาเหตุที่ซื้อบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ/แม่/ญาติซื้อให้	5	4.03
แต่งงาน	2	1.61
ต้องการแยกครอบครัวเป็นอิสระ	16	12.90
ใกล้ที่ทำงาน	58	46.78
แบบบ้าน, ราคา, ขนาดเหมาะสมกับรสนิยมและรายได้	28	22.59
มีญาติพี่น้องหรือเพื่อนอยู่ด้วย	11	8.87
บ้านเดิมมีปัญหา	2	1.61
ซื้อเก็งกำไร	2	1.61
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า สาเหตุในการซื้อบ้านส่วนใหญ่ คำนึงถึงเรื่องบ้านที่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 46.78 รองลงมาคือ แบบบ้าน, ราคา, ขนาดเหมาะสมกับรสนิยมและรายได้ คิดเป็นร้อยละ 22.59 และต้องการแยกครอบครัวเป็นอิสระ คิดเป็นร้อยละ 12.90

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนตามการรู้จักโครงการ

การรู้จักโครงการจาก	จำนวน	ร้อยละ
มีผู้แนะนำ	87	70.16
จดหมาย	-	-
ป้ายโฆษณา	25	20.16
วาบลิ่ว	-	-
โฆษณาทางโทรทัศน์	-	-
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	12	9.68
พนักงานขายติดต่อ	-	-
โฆษณาทางวิทยุ	-	-
โฆษณาทางนิตยสาร	-	-
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า เจ้าของบ้านรู้จักโครงการจากผู้แนะนำมากที่สุด โดยมีค่าคือ ร้อยละ 70.16 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 20.16 และโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 9.68

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนกตามระยะเวลาในการเลือกและตัดสินใจซื้อ

ระยะเวลาในการเลือกและตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อทันทีเมื่อได้รับทราบข้อมูลโครงการ	25	20.16
1 เดือน	37	29.84
2 เดือน	41	33.06
3 เดือน	21	16.94
มากกว่า 3 เดือน	-	-
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเลือก และตัดสินใจซื้อบ้าน 2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 33.06 รองลงมาคือ 1 เดือน ร้อยละ 29.84 และซื้อทันทีเมื่อได้รับทราบข้อมูลโครงการ ร้อยละ 20.16

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 . 18 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนตามจำนวนครั้งที่มาชมบ้านตัวอย่าง หรือสอบถามที่สำนักงานขาย

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	29	23.39
2 ครั้ง	50	40.32
3 ครั้ง	33	26.61
4 ครั้ง	12	9.68
5 ครั้งขึ้นไป	-	-
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมาชมบ้านตัวอย่างหรือสอบถามที่สำนักงานขายก่อนตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.32 รองลงมาคือ 3 ครั้ง และ 1 ครั้ง โดยมีค่าร้อยละ 26.61 และ 23.39 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ (ความพอใจมากที่สุด)

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้ง	42	33.87
ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	9	7.26
การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	29	23.39
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	8	6.45
ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท	8	6.45
การส่งเสริมการขาย	-	-
ทรัพย์สินกลาง	28	22.58
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่

ลำดับที่ 1	ทำเลที่ตั้ง	ร้อยละ	33.87
ลำดับที่ 2	การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	ร้อยละ	23.39
ลำดับที่ 3	ทรัพย์สินกลาง	ร้อยละ	22.58
ลำดับที่ 4	ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	ร้อยละ	7.26
ลำดับที่ 5	ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	ร้อยละ	6.45
	ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท		

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคำนึงถึงเรื่องทำเลที่ตั้งทาวน์เฮ้าส์

ทำเลที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้ำไม่ท่วม	8	6.45
ใกล้โรงเรียน/สถานศึกษา	-	-
ใกล้ที่ทำงาน	12	9.68
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	-	-
การคมนาคมสะดวก	50	40.32
บรรยากาศอยู่อาศัยในโครงการดี	25	20.16
สภาพแวดล้อมโครงการดี	8	6.45
ราคาที่ดินสูง	21	16.94
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ในเรื่องของทำเลที่ตั้งทาวน์เฮ้าส์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คำนึงถึงเรื่อง การคมนาคมสะดวก คิดเป็นร้อยละ 40.32 รองลงมาคือ บรรยากาศการอยู่อาศัยในโครงการดี ร้อยละ 20.16 และราคาที่ดินสูง ร้อยละ 16.94

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนกตามการคำนึงถึงเรื่อง
ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบไฟฟ้า	33	26.61
ระบบน้ำประปา	66	53.23
ระบบโทรศัพท์	-	-
บริการซ่อมแซม/ต่อเติมบ้าน	4	3.22
การเก็บขยะ	21	16.94
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่าในเรื่องของระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงเรื่องระบบน้ำประปา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.23 รองลงมาคือ ระบบไฟฟ้า ร้อยละ 26.61 และ การเก็บขยะ ร้อยละ 16.94

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคำนึงถึง
เรื่องการออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง

การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบภายนอก	22	17.74
การตกแต่งภายใน	16	12.90
วัสดุก่อสร้าง	30	24.19
คุณภาพ	21	16.94
ขนาดที่ดิน	35	28.23
ผู้ออกแบบโครงการ (สถาปนิก/วิศวกร)	-	-
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ในเรื่องของการออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่
คำนึงถึงเรื่องขนาดที่ดิน มากที่สุด คือร้อยละ 28.23 รองลงมาคือ วัสดุก่อสร้าง และรูปแบบภายนอก
โดยมีค่าเท่ากับ 24.19 และ 17.74 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคำนึงถึง
เรื่องราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ราคาขายเทียบกับคุณภาพของบ้าน	64	51.61
การผ่อนเงินค่างวด	36	29.03
อัตราดอกเบี้ยชำระกับธนาคาร	24	19.36
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ในเรื่องของราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงเรื่องราคาขายเทียบกับคุณภาพของบ้านมากที่สุด คือร้อยละ 51.61 รองลงมาคือ การผ่อนเงินค่างวด ร้อยละ 29.03 และอัตราดอกเบี้ยชำระกับธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 19.36

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคำนึงถึง
เรื่องชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท

ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
ทุนจดทะเบียน	4	3.22
ชื่อเสียงของกิจการ	38	30.65
ผู้บริหาร/หุ้นส่วน	25	20.16
สถาบันสนับสนุนทางการเงิน	12	9.68
ใบอนุญาตการค้าและจัดสรรที่ดิน	45	36.29
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ในเรื่องชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำมาคำนึงถึงเรื่องใบอนุญาตการค้าและจัดสรรที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 36.29 รองลงมาคือ ชื่อเสียงของกิจการ ร้อยละ 30.65 และผู้บริหาร/หุ้นส่วน ร้อยละ 20.16

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคำนึงถึง
เรื่องการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
แถมอุปกรณ์ใช้สอยในบ้าน	41	33.06
การบริการของพนักงาน	46	37.10
รางวัลจากการซื้อ	8	6.45
การลดราคา	29	23.39
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ในเรื่องของการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คำนึงถึงเรื่อง
การบริการของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงมาคือ การแถมอุปกรณ์ใช้สอยในบ้าน ร้อยละ
33.06 และการลดราคา ร้อยละ 23.39

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคำนึงถึง
เรื่องทรัพย์สินกลาง

ทรัพย์สินกลาง	จำนวน	ร้อยละ
ที่จอดรถ	28	22.58
การรักษาความปลอดภัย/ยาม	61	49.19
สระว่ายน้ำ	10	8.06
ห้องชานา	1	0.81
ห้องกายบริหาร	4	3.23
ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม	1	0.81
ห้องสนุกเกอร์และเกมส์	1	0.81
สนามกีฬา	5	4.03
สวนพักผ่อน/สนามเด็กเล่น	13	10.48
รวม	124	100.00

จากตารางพบว่า ในเรื่องของทรัพย์สินกลาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คำนึงถึงเรื่องของการรักษาความปลอดภัย/ยาม คิดเป็นร้อยละ 49.19 รองลงมาคือ ที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 22.58 และสวนพักผ่อน/สนามเด็กเล่น คิดเป็นร้อยละ 10.48



ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อโครงการ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

ระดับความพอใจ	พอใจมาก	พอใจ	ปกติ	รวม
	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)
ทำเลที่ตั้ง	44 (35.48)	80 (64.52)	- -	124(100.00)
ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	26 (20.96)	63 (50.81)	35 (28.23)	124(100.00)
การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	53 (42.74)	48 (38.71)	23 (18.55)	124(100.00)
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	65 (52.42)	36 (29.03)	23 (18.55)	124(100.00)
ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท	53 (42.74)	41 (33.07)	30 (24.19)	124(100.00)
การส่งเสริมการขาย	64 (51.62)	30 (24.19)	30 (24.19)	124(100.00)
ทรัพย์สินกลาง	53 (42.74)	42 (33.87)	29 (23.39)	124(100.00)

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่พอใจมากจะพอใจกับราคา และเงื่อนไขการชำระเงิน มากที่สุด คือ ร้อยละ 52.42 กลุ่มตัวอย่างที่พอใจจะพอใจกับทำเลที่ตั้ง มากที่สุด คือ ร้อยละ 64.52 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพอใจปกติจะพอใจกับระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ร้อยละ 28.23

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 5 การใช้บริการทรัพย์สินส่วนกลาง

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการทรัพย์สินส่วนกลาง (ต่อสัปดาห์)

ทรัพย์สินส่วนกลาง	จำนวนครั้งที่คาดว่าจะใช้บริการ (ต่อสัปดาห์)				
	ไม่ใช้	1-3	4-6	ทุกวัน	รวม
	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)
ที่จอดรถ	- -	- -	- -	124(100.00)	124(100.00)
การรักษาความปลอดภัย	- -	- -	- -	124(100.00)	124(100.00)
สระว่ายน้ำ	45 (36.29)	35 (28.23)	24 (19.35)	20 (16.13)	124(100.00)
ห้องซาวน่า	- -	- -	- -	-	- -
ห้องกายบริหาร	- -	- -	- -	-	- -
ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม	- -	- -	- -	-	- -
ห้องสนุกเกอร์และเกมส์	- -	- -	- -	-	- -
สนามกีฬา	22 (17.74)	47 (37.90)	32 (25.81)	23 (18.55)	124(100.00)
สวนหย่อม/สนามเด็กเล่น	32 (25.81)	38 (30.65)	27 (21.77)	27 (21.77)	124(100.00)

จากตารางพบว่า ทรัพย์สินส่วนกลางที่กลุ่มตัวอย่างคาดว่าจะใช้บริการทุกวัน คือ ที่จอดรถ และการรักษาความปลอดภัย โดยมีค่าเท่ากับ คือ ร้อยละ 100

ในอันดับต่อมา กลุ่มตัวอย่างคาดว่าจะใช้บริการสระว่ายน้ำไม่บ่อยนัก โดยร้อยละ 36.29 ไม่ใช้บริการสระว่ายน้ำ แต่จะคาดว่าจะใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คือ ร้อยละ 28.23

ในด้านสนามกีฬา ส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 37.90 และการใช้บริการสวนหย่อม/สนามเด็กเล่น ส่วนใหญ่คาดว่าจะใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์เช่นเดียวกัน โดยคิดเป็นร้อยละ 30.65

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการในการ
จ่ายค่าบริการทรัพย์สินกลาง

ทรัพย์สินกลาง	ไม่ต้องเสียค่าบริการ	เสียค่าบริการ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ที่จอดรถ	124 (100.00)	- -	124 (100.00)
การรักษาความปลอดภัย/ยาม	12 (9.68)	112 (90.32)	124 (100.00)
สระว่ายน้ำ	25 (20.16)	99 (79.84)	124 (100.00)
ห้องชานา	- -	- -	- -
ห้องกายบริหาร	- -	- -	- -
ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม	- -	- -	- -
ห้องสนุกเกอร์และเกมส์	- -	- -	- -
สนามกีฬา	87 (70.16)	37 (29.84)	124 (100.00)
สวนหย่อม/สนามเด็กเล่น	124 (100.00)	- -	124 (100.00)

จากตารางพบว่า ทรัพย์สินกลางที่กลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการเสียค่าบริการในทุกโครงการ
คือ ที่จอดรถและสวนหย่อม/สนามเด็กเล่น โดยมีค่าเท่ากับคือร้อยละ 100 รองลงมาคือ สนามกีฬา
ร้อยละ 70.16

ส่วนทรัพย์สินกลางที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะเสียค่าบริการในอันดับแรกคือ การรักษาความ
ปลอดภัย/ยาม ร้อยละ 90.32 รองลงมาคือ สระว่ายน้ำ ร้อยละ 79.84

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการ
ในบริการทรัพย์สินกลาง

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
1. ที่จอดรถ		
1.1 จอดรวม	8	6.45
1.2 แยกจอดในที่ดินตนเอง	116	93.55
รวม	124	100.00
2. การรักษาความปลอดภัย		
2.1 ยามรักษาการณ์	107	86.29
2.2 สัญญาเหมาจ้าง	17	13.71
รวม	124	100.00
3. สระว่ายน้ำ		
3.1 ขนาดมาตรฐาน	100	80.65
3.2 ไม่ตอบ	24	19.35
รวม	124	100.00
4. ห้องอาบน้ำ		
4.1 ห้องรวม	30	24.19
4.2 ห้องแยก	35	28.23
4.3 ไม่ตอบ	59	47.58
รวม	124	100.00

ตารางที่ 4.30 (ต่อ) แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการ
ในบริการทรัพย์สินกลาง

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
5. ห้องกายบริหาร		
5.1 FITNESS ROOM	29	23.39
5.2 ห้องแอโรบิค	35	28.23
5.3 FITNESS ROOM และห้องแอโรบิค	22	17.74
5.4 ไม่ตอบ	38	30.64
รวม	124	100.00
6. ห้องสนุกเกอร์และเกมส์		
6.2 ห้องสนุกเกอร์	15	12.10
6.3 ไม่ตอบ	109	87.90
รวม	124	100.00
7. สนามกีฬา		
7.1 เทนนิส/แบดมินตัน	25	20.16
7.2 ฟุตบอล	36	29.03
7.3 ไม่ตอบ	63	50.81
รวม	124	100.00
8. สวนหย่อม/สนามเด็กเล่น		
8.1 สำหรับเด็กเล็ก	25	20.16
8.2 สำหรับเด็กโต	13	10.48
8.3 ทั้งสองอย่าง	86	69.36
รวม	124	100.00

ตารางที่ 4.30 (ต่อ) แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการ
ในบริการทรัพย์สินกลาง

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
9. บริการอื่น ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 อย่าง)		
9.1 ร้านเสริมสวย	67	25.68
9.2 บริการซักรีด	112	42.91
9.3 ร้านอาหาร/ร้านค้า	82	31.41
9.4 แบ่งพื้นที่ให้เช่า	-	-
รวม	261	100.00

จากตารางพบว่า ความต้องการในบริการทรัพย์สินกลางในเรื่องที่จอตลอด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการแยกจุดในที่ติดตนเองร้อยละ 93.55 การรักษาความปลอดภัยต้องการยามรักษาการณ์ สูงถึงร้อยละ 86.29 สระว่ายน้ำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการขนาดมาตรฐาน ร้อยละ 80.65 ในเรื่องของ สวนหย่อม/สนามเด็กเล่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการทั้งสนามเด็กเล็กและเด็กโต สูงถึงร้อยละ 69.36 ส่วนบริการอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ บริการซักรีด ร้อยละ 42.91

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนความต้องการในบริการทรัพย์สินกลางของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ ทรัพย์สินกลาง	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	รวม
ที่จอดรถ	-	9	9	10	28
การรักษาความปลอดภัย/ยาม	-	13	25	23	61
สระว่ายน้ำ	-	4	3	3	10
ห้องขานา	-	-	1	-	1
ห้องกายบริหาร	-	2	1	1	4
ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม	-	-	-	1	1
ห้องสนุกเกอร์และเกมส์	-	-	1	-	1
สนามกีฬา	-	3	1	1	5
สวนพักผ่อน/สนามเด็กเล่น	-	7	4	2	13
ร้านเสริมสวย	-	17	22	28	67
บริการซักรีด	-	31	32	49	112
ร้านอาหาร/ร้านค้า	-	29	26	27	82
แบ่งพื้นที่ให้เช่า	-	-	-	-	-

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางพบว่า ความต้องการในบริการทรัพย์สินส่วนกลางของทาวน์เฮ้าส์ มีความแตกต่างกันในแต่ละอาชีพ โดยสามารถสรุปบริการทรัพย์สินส่วนกลางที่แต่ละอาชีพต้องการ 3 ลำดับแรกดังนี้

- | | | |
|----------------------------|---------------------------|-------------------------|
| - อาชีพรัฐวิสาหกิจ | ต้องการบริการในลำดับที่ 1 | บริการซักรีด |
| | ลำดับที่ 2 | ร้านอาหาร/ร้านค้า |
| | ลำดับที่ 3 | ร้านเสริมสวย |
| - อาชีพทำงานเอกชน | ต้องการบริการในลำดับที่ 1 | บริการซักรีด |
| | ลำดับที่ 2 | ร้านอาหาร/ร้านค้า |
| | ลำดับที่ 3 | การรักษาความปลอดภัย/ยาม |
| - อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว | ต้องการบริการในลำดับที่ 1 | บริการซักรีด |
| | ลำดับที่ 2 | ร้านเสริมสวย |
| | ลำดับที่ 3 | ร้านอาหาร/ร้านค้า |

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนความต้องการในบริการทรัพย์สินส่วนกลาง ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

ทรัพย์สินส่วนกลาง	รายได้/เดือน (บาท)	ไม่เกิน 50,000	50,001- 100,000	100,001- 150,000	สูงกว่า 150,000	รวม
ที่จอดรถ		6	8	7	7	28
การรักษาความปลอดภัย/ยาม		13	14	15	19	61
สระว่ายน้ำ		3	2	2	3	10
ห้องซาวน่า		-	-	-	1	1
ห้องกายบริหาร		1	1	1	1	4
ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม		-	-	1	-	1
ห้องสนุกเกอร์และเกมส์		-	1	-	-	1
สนามกีฬา		2	1	1	1	5
สวนพักผ่อน/สนามเด็กเล่น		3	4	3	3	13
ร้านเสริมสวย		10	19	20	18	67
บริการซักรีด		26	23	31	32	112
ร้านอาหาร/ร้านค้า		16	19	25	22	82
แบ่งพื้นที่ให้เช่า		-	-	-	-	-

จากตารางพบว่า ความต้องการบริการทรัพย์สินส่วนกลางของทาวน์เฮ้าส์ มีความแตกต่างกันในแต่ละรายได้ โดยสามารถสรุปบริการทรัพย์สินส่วนกลางที่แต่ละระดับรายได้ต้องการ 3 ลำดับแรกดังนี้

- ระดับผู้มีรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน
 - ต้องการบริการในลำดับที่ 1 บริการซักกรีด
 - ลำดับที่ 2 ร้านอาหาร/ร้านค้า
 - ลำดับที่ 3 การรักษาความปลอดภัย/ยาม

- ระดับผู้มีรายได้ระหว่าง 50,001-100,000 บาท/เดือน
 - ต้องการบริการในลำดับที่ 1 บริการซักกรีด
 - ลำดับที่ 2 ร้านอาหาร/ร้านค้า และร้านเสริมสวย
 - ลำดับที่ 3 การรักษาความปลอดภัย/ยาม

- ระดับผู้มีรายได้ระหว่าง 100,001-150,000 บาท/เดือน
 - ต้องการบริการในลำดับที่ 1 บริการซักกรีด
 - ลำดับที่ 2 ร้านอาหาร/ร้านค้า
 - ลำดับที่ 3 ร้านเสริมสวย

- ระดับผู้มีรายได้สูงกว่า 150,000 บาท/เดือน
 - ต้องการบริการในลำดับที่ 1 บริการซักกรีด
 - ลำดับที่ 2 ร้านอาหาร/ร้านค้า
 - ลำดับที่ 3 การรักษาความปลอดภัย/ยาม

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ตารางแจกแจงความถี่ร่วมเพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวต่างกัน

ตารางที่ 4.33 สรุปผลทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติด้านข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
(สมมติฐานที่ 1)

ตัวแปร	ค่า Significant	ผลทดสอบความเป็นอิสระ	ค่า Cramer's V
เพศ	0.413	Y	-
อาชีพ	0.000	N	0.452
ระดับการศึกษา	0.426	Y	-
รายได้ของครอบครัว	0.000	N	0.304

หมายเหตุ : ค่านัยสำคัญที่ใช้ทดสอบทางสถิติ คือ 0.05

ผลการทดสอบความเป็นอิสระโดยใช้ค่าไคสแควร์

Y : ตัวแปรเป็นอิสระต่อความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

N : ตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

ค่า Cramer's V เป็นค่าที่บอกถึงระดับความสัมพันธ์ว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์มากกว่ากัน

จากตารางข้อมูลที่ 5.33-5.36 สรุปผลการทดสอบไคสแควร์ ในตารางที่ 5.37 เพื่อทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปร และ Cramer's V Test ที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ โดยเรียงลำดับตามระดับความสัมพันธ์ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ของครอบครัว

ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย \ เพศ	ชาย	หญิง
ทำเลที่ตั้ง	33 (26.61)	9 (7.26)
ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	7 (5.65)	2 (1.61)
การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	18 (14.52)	11 (8.87)
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน และ ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท	12 (9.68)	4 (3.23)
ทรัพย์สินกลาง	17 (13.71)	11 (8.87)

$$\chi^2 = 3.948 \quad DF = 4 \quad SIG = 0.413$$

จากตารางพบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันไม่มีผลต่อความพอใจในปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย \n อาชีพ	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว
ทำเลที่ตั้งและระบบสาธารณูปโภค	-	4	6	41
สาธารณูปการ		(3.23)	(4.84)	(33.06)
การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	-	4	15	10
ราคาและชื่อเสียง/ความมั่นคงของ		(3.23)	(12.10)	(8.06)
บริษัท	-	10	4	2
ทรัพย์สินส่วนกลาง		(8.06)	(3.23)	(1.61)
	-	3	4	21
		(2.42)	(3.23)	(16.94)

$$\chi^2 = 50.646 \quad DF = 6 \quad SIG = 0.000$$

จากตารางพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานรัฐวิสาหกิจ ตัดสินใจซื้อจากปัจจัยด้านราคาและชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.06 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานบริษัทเอกชน มีความพอใจในการออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.10 และกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพอใจในทำเลที่ตั้งและระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.06

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย \ ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาและ มัธยมศึกษา	อาชีวศึกษา	อุดมศึกษา
ทำเลที่ตั้งและระบบสาธารณูปโภค	9	11	31
สาธารณูปการ	(7.26)	(8.87)	(25.00)
การออกแบบตัวบ้านและ	7	4	18
การก่อสร้าง	(5.64)	(3.22)	(14.51)
ราคาและชื่อเสียง/ความมั่นคง	7	3	6
ของบริษัท	(5.64)	(2.42)	(4.84)
ทรัพย์สินกลาง	6	7	15
	(4.84)	(5.64)	(12.09)

$$\chi^2 = 5.973 \quad DF = 6 \quad SIG = 0.426$$

จากตารางพบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อความพอใจในปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย	รายได้ของครอบครัว			
	ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน	50,001-100,000	100,001-150,000	สูงกว่า150,000
ทำเลที่ตั้งและระบบสาธารณูปโภค	6	31	6	3
สาธารณูปการ	(4.84)	(25.00)	(4.84)	(6.45)
การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	6	7	11	5
	(4.84)	(5.65)	(8.87)	(4.03)
ราคาและชื่อเสียง/ความมั่นคงของ	3	3	2	3
บริษัท	(6.45)	(2.42)	(1.61)	(2.42)
ทรัพย์สินส่วนกลาง	4	7	5	12
	(3.23)	(5.65)	(4.03)	(9.68)

$$\chi^2 = 34.448 \quad DF = 9 \quad SIG = 0.000$$

จากตารางพบว่า รายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท มีความพอใจในราคาและชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.45 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001-100,000 บาท มีความพอใจในทำเลที่ตั้งและระบบสาธารณูปโภค - สาธารณูปการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 100,001-150,000 บาท มีความพอใจการออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.87 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงกว่า 150,000 บาท มีความพอใจในเรื่องทรัพย์สินส่วนกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.68

ตารางที่ 4.38 สรุปผลทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติด้านข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
(สมมติฐานที่ 2)

ตัวแปร	ค่า Significant	ผลทดสอบ ความเป็นอิสระ	ค่า Cramer's V
ทำเลที่ตั้ง	0.014	N	0.317
ระบบสาธารณสุขโรคและสาธารณสุขโรค	0.000	N	0.466
การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง	0.008	N	0.289
ราคาและเงินโอนชำระค่าเช่า	0.000	N	0.422
ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท	0.000	N	0.297
การส่งเสริมการขาย	0.010	N	0.325
ทรัพย์สินส่วนกลาง	0.000	N	0.530

หมายเหตุ : ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ คือ 0.05

ผลการทดสอบความเป็นอิสระโดยใช้ค่าไคสแควร์

Y : ตัวแปรเป็นอิสระต่อความรู้สึกรอคอยก่อนตัดสินใจซื้อ

N : ตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อความรู้สึกรอคอยก่อนตัดสินใจซื้อ

ค่า Cramer's V จะเป็นค่าที่บอกถึงระดับความสัมพันธ์ว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์มากกว่ากัน

จากตารางข้อมูลที่ 4.39 - 4.45 สรุปผลการทดสอบไคสแควร์ ในตารางที่ 5.38 เพื่อทดสอบความอิสระของตัวแปร และ Cramer's V Test ที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ พบว่าทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับระดับความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ โดยเรียงลำดับตามระดับสัมพันธ์ ได้แก่ ทรัพย์สินส่วนกลาง, ระบบสาธารณสุขโรคและสาธารณสุขการ, ราคาและเงินโอนชำระค่าเช่า, การส่งเสริมการขาย, ทำเลที่ตั้ง, ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท และการออกแบบตัวบ้าน และการก่อสร้าง

ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้งกับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

ทำเลที่ตั้ง	ความรู้สึก	พอใจมาก	พอใจ
น้ำท่วม		2 (1.61)	6 (4.84)
ใกล้โรงเรียน/สถานศึกษา		-	-
ใกล้ที่ทำงาน		3 (2.42)	9 (7.26)
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด		-	-
การคมนาคมสะดวก		13 (10.48)	37 (29.84)
บรรยากาศการอยู่อาศัยในโครงการดีและสภาพแวดล้อมโครงการดี		20 (16.13)	13 (10.48)
ราคาที่ดินสูง		6 (4.84)	15 (12.10)

$$\chi^2 = 12.461 \quad DF = 4 \quad SIG = 0.014$$

จากตารางพบว่า ทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับระดับของความพอใจในบ้าน ก่อนตัดสินใจซื้อที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีความรู้สึกรู้สึกพอใจมากจะพอใจมากกับบรรยากาศการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมรอบโครงการดี คิดเป็นร้อยละ 16.13 และกลุ่มที่มีความรู้สึกรู้สึกพอใจจะพอใจกับการคมนาคมสะดวกคิดเป็นร้อยละ 29.84

ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ
กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

ระบบสาธารณูปโภค และ สาธารณูปการ	ความรู้สึก	พอใจมาก	พอใจ	ปกติ
ระบบไฟฟ้า		15 (12.10)	16 (12.90)	2 (1.61)
ระบบน้ำประปา		10 (8.06)	43 (34.68)	13 (10.48)
ระบบโทรศัพท์		-	-	-
บริการซ่อมแซม และการเก็บขยะ		1 (0.81)	4 (3.23)	20 (16.13)

$$\chi^2 = 53.791 \quad DF = 4 \quad SIG = 0.000$$

จากตารางพบว่า ระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจมากจะพอใจมากกับระบบไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 12.10 กลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจจะพอใจกับระบบน้ำประปา คิดเป็นร้อยละ 34.68 และกลุ่มที่มีความรู้สึกปกติ จะพอใจกับบริการซ่อมแซมและการเก็บขยะ คิดเป็นร้อยละ 16.13

ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง
กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

การออกแบบตัวบ้าน และ การก่อสร้าง	ความรู้สึก	พอใจมาก	พอใจ	ปกติ
รูปแบบภายนอก		16 (12.90)	4 (3.23)	2 (1.61)
การตกแต่งภายใน		8 (6.45)	6 (4.84)	2 (1.61)
วัสดุก่อสร้าง		9 (7.26)	10 (8.06)	11 (8.87)
คุณภาพ		10 (8.06)	8 (6.45)	3 (2.42)
ขนาดที่ดิน		10 (8.06)	20 (16.13)	5 (4.03)
ผู้ออกแบบโครงการ (สถาปนิก/วิศวกร)		-	-	-

$$\chi^2 = 20.660 \quad DF = 8 \quad SIG = 0.008$$

จากตารางพบว่า การออกแบบตัวบ้านและการก่อสร้าง มีความสัมพันธ์กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกพอใจมากจะพอใจมากกับรูปแบบภายนอก คิดเป็นร้อยละ 12.90 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกพอใจจะพอใจกับขนาดที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 16.13 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกปกติ จะพอใจกับวัสดุก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 8.87

ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน
กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

ราคา และ เงื่อนไข การชำระเงิน	ความรู้สึก	พอใจมาก	พอใจ	ปกติ
ราคาขายเทียบกับคุณภาพของบ้าน	48 (38.71)	10 (8.06)	6 (4.84)	
การผ่อนเงินค่างวด	7 (5.65)	5 (4.03)	12 (9.68)	
อัตราผ่อนชำระกับธนาคาร	10 (8.06)	21 (16.94)	5 (4.03)	

$$\chi^2 = 44.160 \quad DF = 4 \quad SIG = 0.000$$

จากตารางพบว่า ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน มีความสัมพันธ์กับระดับของความพอใจ
ในบ้านก่อนตัดสินใจซื้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกพอใจมาก จะ
พอใจมากกับราคาขายเทียบกับคุณภาพของบ้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 38.71 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึก
พอใจ จะพอใจกับอัตราผ่อนชำระกับธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 16.94 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึก
ปกติจะพอใจกับการผ่อนเงินค่างวด คิดเป็นร้อยละ 9.68

ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัทกับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

ชื่อเสียง/ความมั่นคง ของบริษัท	ความรู้สึก	พอใจมาก	พอใจ	ปกติ
ทุนจดทะเบียนและชื่อเสียงของกิจการ		15 (12.10)	10 (8.06)	17 (13.71)
ผู้บริหาร/หุ้นส่วน และสถาบันสนับสนุน ทางการเงิน		7 (5.65)	22 (17.74)	8 (6.45)
ใบอนุญาตการค้าและจัดสรรที่ดิน		31 (25.00)	9 (7.26)	5 (4.03)

$$\chi^2 = 31.690 \quad DF = 4 \quad SIG = 0.000$$

จากตารางพบว่า ชื่อเสียง/ความมั่นคงของบริษัท มีความสัมพันธ์กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจมาก จะพอใจมากกับ ใบอนุญาตการค้าและจัดสรรที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนกลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจจะพอใจกับผู้บริหาร/หุ้นส่วนและสถาบันสนับสนุนทางการเงิน คิดเป็นร้อยละ 17.74 และกลุ่มที่มีความรู้สึกธรรมดาจะพอใจกับทุนจดทะเบียนและชื่อเสียงของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 13.71

ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการขายกับระดับของ
ความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ความรู้สึก	พอใจมาก	พอใจ	ปกติ
แถมอุปกรณ์ใช้สอยในบ้าน		15	16	10
		(12.10)	(12.90)	(8.06)
การบริการของพนักงาน		28	13	5
		(22.58)	(10.48)	(4.03)
รางวัลจากการซื้อและการลดราคา		10	13	14
		(8.06)	(10.48)	(11.29)

$$\chi^2 = 13.208 \quad DF = 4 \quad SIG = 0.010$$

จากตารางพบว่า การส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจมาก จะพอใจมากกับการบริการของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 22.58 กลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจจะพอใจกับการแถมอุปกรณ์ใช้สอยในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 12.90 และกลุ่มที่มีความรู้สึกธรรมดาจะพอใจกับรางวัลจากการซื้อและการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 11.29

ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทรัพย์สินส่วนกลางกับระดับของความพอใจในบ้าน
ก่อนตัดสินใจซื้อ

ทรัพย์สินส่วนกลาง	ความรู้สึก	พอใจมาก	พอใจ	ปกติ
ที่จอดรถ		7 (5.65)	12 (9.68)	9 (7.26)
การรักษาความปลอดภัย/ยาม		47 (37.90)	9 (7.26)	5 (4.03)
สระว่ายน้ำ, ห้องซาวน่า, ห้องกายบริหาร ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม, ห้องสนุกเกอร์ และเกมส์ และสนามกีฬา		4 (3.23)	5 (4.03)	13 (10.48)
สวนพักผ่อน/สนามเด็กเล่น		4 (3.23)	4 (3.23)	3 (2.42)

$$\chi^2 = 41.122 \quad DF = 6 \quad SIG = 0.000$$

จากตารางพบว่า ทรัพย์สินส่วนกลางมีความสัมพันธ์กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจมากจะพอใจมากกับการรักษาความปลอดภัย/ยาม คิดเป็นร้อยละ 37.90 กลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจจะพอใจกับที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 9.68 และกลุ่มที่มีความรู้สึกธรรมดาจะพอใจกับสระว่ายน้ำ, ห้องซาวน่า, ห้องกายบริหาร, ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม, ห้องสนุกเกอร์และเกมส์ และสนามกีฬา คิดเป็นร้อยละ 10.48

ตารางที่ 4.46 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติด้านข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
(สมมติฐานที่ 3)

ตัวแปร	ค่า Significant	ผลทดสอบ ความเป็นอิสระ	ค่า Cramer'V
- กลุ่มผู้มีกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง (กรรมสิทธิ์ ก)	0.000	N	0.578
- กลุ่มผู้มีกรรมสิทธิ์เฉพาะบ้านและที่ดิน (กรรมสิทธิ์ ข)	0.043	N	0.379

หมายเหตุ : ค่านัยสำคัญที่ใช้ทดสอบทางสถิติ คือ 0.05

ผลการทดสอบความเป็นอิสระโดยใช้ค่าไคสแควร์

Y : ตัวแปรเป็นอิสระต่อความรู้สึกพอใจก่อนตัดสินใจซื้อ

N : ตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อความรู้สึกพอใจก่อนตัดสินใจซื้อ

ค่า Cramer's V จะเป็นค่าที่บอกถึงระดับความสัมพันธ์ว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์มากกว่ากัน

จากตารางข้อมูลที่ 4.47-4.48 สรุปผลการทดสอบไคสแควร์ในตารางที่ 4.46 เพื่อทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรและ Cramer' V Test ที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มผู้ซื้อที่มีกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง (กรรมสิทธิ์ ก) มีระดับความพอใจในโครงการมากกว่า กลุ่มผู้ซื้อที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง (กรรมสิทธิ์ ข)

ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีกรรมสิทธิ์ในบ้านและที่ดิน และกรรมสิทธิ์รวมาน
ทรัพย์ส่วนกลางกับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ (กรรมสิทธิ์ ก)

ระดับความพอใจ กรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนกลาง	พอใจมาก	พอใจปกติ	รวม
ที่จอดรถ	3 (7.69)	16 (39.02)	19 (23.75)
การรักษาความปลอดภัย/ยาม	31 (79.49)	9 (21.95)	40 (50.00)
สระว่ายน้ำ, ห้องซาวน่า, ห้องกายบริหาร ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม, ห้องสนุกเกอร์ และเกมส์ และสนามกีฬา สวนพักผ่อน/สนามเด็กเล่น	5 (12.82)	16 (39.02)	21 (26.25)
รวม	39	41	80

$$\chi^2 = 26.723$$

$$DF = 2$$

$$SIG = 0.000$$

จากตารางพบว่า กรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนกลางมีความสัมพันธ์กับระดับความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีกรรมสิทธิ์รวมานทรัพย์ส่วนกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจมากจะพอใจมากกับการรักษาความปลอดภัย/ยาม คิดเป็นร้อยละ 79.49

ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีกรรมสิทธิ์เฉพาะบ้านและที่ดิน
กับระดับของความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ (กรรมสิทธิ์ ข)

กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง	ระดับความพอใจ	พอใจมาก	พอใจ/ปกติ	รวม
ที่จอดรถ		4 (16.00)	5 (26.32)	9 (20.45)
การรักษาความปลอดภัย/ยาม		16 (64.00)	5 (26.32)	21 (47.73)
สระว่ายน้ำ, ห้องซาวน่า, ห้องกายบริหาร		5 (20.00)	9 (47.37)	14 (31.82)
ห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม, ห้องสนุกเกอร์ และเกมส์ และสนามกีฬา				
สวนพักผ่อน/สนามเด็กเล่น				
รวม		25	19	44

$$\chi^2 = 6.315$$

$$DF = 2$$

$$SIG = 0.043$$

จากตารางพบว่า กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางมีความสัมพันธ์กับระดับความพอใจในบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีกรรมสิทธิ์เฉพาะบ้านและที่ดินทาวนเฮ้าส์เท่านั้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีความรู้สึกพอใจมากกับการรักษาความปลอดภัย/ยาม คิดเป็นร้อยละ 64.00