

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถามลักษณะ Home page จำนวน 450 ตัวอย่างนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับดังนี้

ตอนที่ 1. ลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2. ความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอายุน้อยกว่า 25 ปีและตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 3. ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอายุน้อยกว่า 25 ปีและตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 4. ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ในครอบครัวกับปัจจัยอื่นๆของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 5. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 6. การใช้สื่อของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1. ลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

#### 1.1 เพศ

ผลจากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีสัดส่วนของเพศชายจำนวนร้อยละ 64.4 และเพศหญิง จำนวนร้อยละ 35.6 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	290	64.4
หญิง	160	35.6
รวม	450	100

## 1.2 อายุ

อายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาคืออายุอยู่ในช่วง 25-30 ปี, 30-34, น้อยกว่า 20 ปี, 35-40, 40-45 และมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.9, 14.7, 6.7, 4.4, 3.8 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	66	14.7
ตั้งแต่ 20 – 25	137	30.4
ตั้งแต่ 25 – 30	112	24.9
ตั้งแต่ 30 – 35	68	15.1
ตั้งแต่ 35 – 40	30	6.7
ตั้งแต่ 40 – 44	20	4.4
สูงกว่า 44	17	3.8
รวม	450	100

### 1.3 สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรสส่วนใหญ่เป็น โสด คิดเป็นร้อยละ 78.1 รองลงมาเป็น สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 19.7 เป็นหม้ายและหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.3 และ 0.9 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	349	78.1
สมรส	88	19.7
ม้าย	6	1.3
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4	0.9
รวม	447	100

### 1.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่ผู้มีจำนวน สมาชิก 3-5 คนคิดเป็น ร้อยละ 61.5 รองลงมามีจำนวนสมาชิก 1 - 2 , 6 - 8 และมากกว่า 8 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.4, 15.3, 6.8 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

สมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 คน	68	15.3
3 - 5 คน	273	61.5
6 - 8 คน	73	16.4
มากกว่า 8 คน	30	6.8
รวม	444	100

### 1.5 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า, ปริญญาโท, อนุปริญญา หรือปวส., ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 12.3, 13.0, 12.3, 0.9 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	55	12.3
อนุปริญญา/ปวส	42	9.4
ปริญญาตรี	288	64.4
ปริญญาโท	58	13
ปริญญาเอก	4	0.9
รวม	447	100

### 1.6 รายได้ครอบครัวต่อเดือน

โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ครอบครัว 10,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมา 30,001 - 50,000 บาทและต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.9 และ 14.1 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจําแนกตามรายได้ครอบครัว

รายได้ครอบครัว (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	63	14.1
ตั้งแต่ 10,000 - 30,000	140	31.4
ตั้งแต่ 30,001 - 50,000	102	22.9
ตั้งแต่ 50,001 - 70,000	34	7.6
ตั้งแต่ 70,001 - 90,000	29	6.5
ตั้งแต่ 90,001 - 110,000	27	6.1
ตั้งแต่ 110,001 - 130,000	15	3.4
ตั้งแต่ 130,001-150,000	12	2.2
150,000 - มากกว่า	10	5.8
รวม	26	100

### 1.7 ลักษณะธุรกิจขององค์กร

ลักษณะธุรกิจขององค์กรของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน, นิสิต, นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาเป็น ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ, ธุรกิจด้านคอมพิวเตอร์หรือโทรคมนาคม, บริการต่างๆ, อุตสาหกรรมการผลิต คิดเป็นร้อยละ 18.9, 13.4, 6.2, 6 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามลักษณะธุรกิจขององค์กร

ลักษณะธุรกิจขององค์กร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	160	38.2
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	79	18.9
คอมพิวเตอร์/โทรคมนาคม	56	13.4
บริการต่างๆ	26	6.2
อุตสาหกรรมการผลิต	25	6
ค้าปลีก/ค้าส่ง	24	5.7
สถาบันการเงิน/ธนาคาร/ประกันภัย	20	4.8
อสังหาริมทรัพย์/ก่อสร้าง	18	4.3
สิ่งพิมพ์/โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	11	2.6
รวม	419	100

ตอนที่ 2. เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อายุน้อยกว่า 25 ปีและตั้งแต่ 25ปีขึ้นไป

2. 1 เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25ปี

2.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปีโดยเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยต้องการที่อยู่อาศัยในทำเลศูนย์กลางธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาเป็นด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพฯ, ด้านใต้ของกรุงเทพฯ. คิดเป็นร้อยละ 15.8, 15.3 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อาศัย	ทำเลที่ตั้ง							X <sup>2</sup>	P-value
	ศูนย์กลางธุรกิจ	กทม.เหนือ	กทม.ตอ./เหนือ	กทม.ตะวันออก	กทม.ใต้	กทม.ตะวันออก	อื่นๆ		
เป็นเรือนหอ	15 7.7%	4 2.0%	13 6.6%	10 5.1%	9 4.6%	6 3.1%	7 3.6%	48.154	0.238
เป็นการลงทุนระยะยาว	0 0%	0 0%	1 0.5%	0 0%	0 0%	1 0.5%	0 0%		
เป็นบ้านหลังแรก	9 4.6%	4 2.0%	6 3.1%	1 0.5%	7 3.6%	5 2.6%	6 3.1%		
เป็นทรัพย์สิน	0 0%	0 0%	1 0.5%	3 1.5%	1 0.5%	0 0%	0 0%		
เป็นสำนักงาน	0 0%	0 0%	1 0.5%	1 0.5%	0 0%	0 0%	0 0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	11 5.6%	3 1.5%	6 3.1%	4 2.0%	7 3.6%	5 2.6%	5 2.6%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	8 4.1%	4 2.0%	1 0.5%	1 0.5%	7 3.6%	8 4.1%	2 1.0%		
อื่นๆ	5 2.6%	1 0.5%	1 0.5%	1 0.5%	0 0%	2 1.0%	3 1.5%		
รวม	48 24.5%	16 8.2%	30 15.3%	21 10.7%	31 15.8%	27 13.8%	23 11.7%		

P\* < 0.05



### 2.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับประเภทที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาเป็นทาวน์เฮ้าส์และตึกแถวและที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12.0, 9.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ประเภทที่อยู่อาศัย			X <sup>2</sup>	P-value
	ทาวน์เฮ้าส์/ตึกแถว	บ้านเดี่ยว	ที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ		
เป็นเรือนหอ	2 1.0%	57 28.5%	5 2.5%	22.424	.070
เป็นการลงทุนระยะยาว	1 0.5%	1 0.5%	0 0%		
เป็นบ้านหลังแรก	8 4.0%	28 14.0%	4 2.0%		
เป็นทรัพย์สิน	2 1.0%	3 1.5%	0 0%		
ใช้เป็นสำนักงาน	0 0%	2 1.0%	0 0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	6 3.0%	29 14.5%	7 3.5%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	2 1.0%	28 14.0%	1 0.5%		
อื่นๆ ไปรกระบุ	3 1.5%	9 4.5%	2 1.0%		
รวม	24 12.0%	157 78.5%	19 9.5%		

P\* < 0.05



### 2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีความต้องการที่อยู่อาศัยในระดับราคา 800,000 – 1,500,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาเป็นระดับราคา 1,500,000 – 3,000,000 บาท,มากกว่า 3,000,000 บาท, น้อยกว่า 800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.1, 20.6, 19.1 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ราคาที่อยู่อาศัย				χ <sup>2</sup>	P-value
	น้อยกว่า 800,000	ตั้งแต่ 800,000 ถึง 1,500,000	ตั้งแต่ 1,500,000 ถึง 3,000,000	มากกว่า 3,000,000		
เป็นเรือนหอ	12 6.0%	24 12.1%	16 8.0%	12 6.0%	20.656	0.480
เป็นการลงทุนระยะยาว	0 0%	1 0.5%	1 0.5%	0 0%		
เป็นบ้านหลังแรก	8 4.0%	15 7.5%	7 3.5%	10 5.0%		
เป็นทรัพย์สิน	2 1.0%	1 0.5%	2 1.0%	0 0%		
เป็นสำนักงาน	2 1.0%	0 0%	0 0%	0 0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	7 3.5%	13 6.5%	15 7.5%	6 3.0%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	5 2.5%	9 4.5%	9 4.5%	8 4.0%		
อื่นๆ	2 1.0%	5 2.5%	2 1.0%	5 2.5%		
รวม	38 19.1%	68 34.2%	52 26.1%	41 20.6%		

P\* < 0.05

## 2.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสำคัญสัมพันธ์กับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยความต้องการเลือกปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐานมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา ออกแบบและก่อสร้างใหม่, เลือกจากแบบมาตรฐาน, คิดเป็นร้อยละ 35.4, 24.1 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	การออกแบบที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	เลือกจากแบบบ้านมาตรฐาน	ออกแบบและก่อสร้างใหม่	ออกแบบและต่อเติม	ปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน		
เป็นเรือนหอ	18 9.2%	27 13.8%	5 2.6%	14 7.2%	36.337	0.020*
เป็นการลงทุนระยะยาว	0 0%	0 0%	1 0.55	1 0.5%		
เป็นบ้านหลังแรก	8 4.1%	8 4.1%	2 1.0%	18 9.2%		
เป็นทรัพย์สิน	3 1.5%	0 0%	0 0%	2 1.0%		
เป็นสำนักงาน	0 0%	0 0%	0 0%	2 1.0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	9 4.6%	20 10.3%	1 0.5%	12 6.2%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	6 3.1%	11 5.6%	0 0%	14 7.2%		
อื่นๆ	3 1.5%	3 1.5%	0 0%	7 3.6%		
รวม	47 24.1%	69 35.4%	9 4.6%	70 35.9%		

P\* < 0.05

### 2.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 24.6 รองลงมาเป็นระยะทางจากที่ทำงานหรือโรงเรียนลูก และ สภาพแวดล้อมโครงการ คิดเป็นร้อยละ 23.6, 19.2 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
เป็นเรือนหอ	19 9.4%	0 0%	12 5.9%	2 1.0%	0 0%	1 0.5%	1 0.5%	5 2.5%	1 0.5%	15 7.4%	11 5.4%	1 0.5%	0 0%	0 0%	2 1.0%
เป็นการลงทุนระยะยาว	2 1.0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
เป็นบ้านหลังแรก	9 4.4%	0 0%	8 3.9%	1 0.5%	0 0%	3 1.5%	1 0.5%	0 0%	0 0%	14 6.9%	4 2.0%	0 0%	0 0%	0 0%	1 0.5%
เป็นทรัพย์สิน	0 0%	0 0%	1 0.5%	1 0.5%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	1 0.5%	2 1.0%	1 0.5%	0 0%	0 0%	0 0%
เป็นสำนักงาน	0 0%	0 0%	1 0.5%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	1 0.5%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
เป็นบ้านหลังที่สอง	9 4.4%	1 0.5%	9 4.4%	0 0%	2 1.0%	3 1.5%	2 1.0%	0 0%	0 0%	11 5.4%	5 2.5%	1 0.5%	1 0.5%	0 0%	0 0%
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	7 3.4%	1 0.5%	5 2.5%	2 1.0%	0 0%	2 1.0%	0 0%	1 0.5%	0 0%	5 2.5%	6 3.0%	0 0%	2 1.0%	1 0.5%	0 0%
อื่นๆ	2 1.0%	0 0%	3 1.5%	0 0%	0 0%	1 0.5%	0 0%	1 0.5%	0 0%	4 2.0%	3 1.5%	0 0%	1 0.5%	0 0%	0 0%
รวม	48 23.6%	2 1.0%	39 19.2%	6 3.0%	2 1.0%	10 4.9%	4 2.0%	7 3.4%	1 0.5%	50 24.6%	32 15.8%	3 1.5%	4 2.0%	1 0.5%	3 1.5%

ปัจจัยที่ 1 คือ ระยะทางจากที่ทำงานหรือโรงเรียนลูก

ปัจจัยที่ 3 คือ สภาพแวดล้อมโครงการ

ปัจจัยที่ 5 คือ ลักษณะเพื่อนบ้าน

ปัจจัยที่ 7 คือ ระบบสาธารณูปโภค

ปัจจัยที่ 9 คือ บริการชุมชน

ปัจจัยที่ 11 คือ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยที่ 13 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

ปัจจัยที่ 15 คือ อื่นๆ

ปัจจัยที่ 2 คือ ระยะทางจากบ้านถึงร้านค้าประจำ

ปัจจัยที่ 4 คือ ระยะทางจากบ้านถึงบ้านญาติ

ปัจจัยที่ 6 คือ ระบบสาธารณูปโภค

ปัจจัยที่ 8 คือ มลภาวะของเสียง อากาศ

ปัจจัยที่ 10 คือ ความปลอดภัย

ปัจจัยที่ 12 คือ การส่งเสริมการจำหน่าย

ปัจจัยที่ 14 คือ รูปแบบและลักษณะที่อยู่อาศัย

## 2.1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับผู้ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสำคัญกับผู้ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยส่วนใหญ่ผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาเป็นบิดามารดา คิดเป็นร้อยละ 41.6 ดังแสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับผู้ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ผู้ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย				χ <sup>2</sup>	P-value
	ตัวทำเอง	คู่สมรส	บิดามารดา	สถาปนิก/วิศวกร บุตร,อื่นๆ		
เป็นเรือนหอ	38 19.3%	5 2.5%	16 8.1%	1 0.5%	45.124	0.002*
เป็นการลงทุนระยะยาว	0 0%	0 0%	2 1.0%	0 0%		
เป็นบ้านหลังแรก	24 12.2%	6 3.0%	8 4.1%	3 1.5%		
เป็นทรัพย์สิน	4 2.0%	0 0%	1 0.5%	0 0%		
เป็นสำนักงาน	2 1.0%	0 0%	0 0%	0 0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	14 7.1%	2 1.0%	26 13.2%	0 0%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	9 4.6%	0 0%	21 10.7%	1 0.5%		
อื่นๆ	4 2.0%	1 0.5%	8 4.1%	1 0.5%		
รวม	95 48.2%	14 7.1%	82 41.6%	6 3.0%		

P\* < 0.05

### 2.1.7 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาในการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 3 เดือนมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นประมาณ 2 - 3 เดือน, ประมาณ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 34.2, 23.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาในการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ				X <sup>2</sup>	P-value
	ซื้อทันที เมื่อชมครั้งแรก	พิจารณา ประมาณ 1 เดือน	พิจารณา ประมาณ 2-3เดือน	พิจารณา เกินกว่า3เดือน		
เป็นเรือนหอ	0 0%	15 7.7%	21 10.7%	25 12.8%	8.026	0.888
เป็นการลงทุนระยะยาว	0 0%	1 0.5%	1 0.5%	0 0%		
เป็นบ้านหลังแรก	0 0%	7 3.6%	16 8.2%	18 9.2%		
เป็นทรัพย์สิน	0 0%	1 5%	2 1.0%	2 1.0%		
เป็นสำนักงาน	0 0%	1 0.5%	0 0%	1 0.5%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	0 0%	10 5.1%	13 6.6%	19 9.7%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	0 0%	10 5.1%	8 4.1%	12 6.1%		
อื่นๆ	0 0%	1 0.5%	6 3.1%	6 3.1%		
รวม	0 0.0%	46 23.5%	67 34.2%	83 42.3%		

P\* < 0.05

2.1.8 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับจำนวน โครงการที่ใช้เปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับจำนวน โครงการที่ใช้เปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยมากกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยส่วนใหญ่เปรียบเทียบโครงการมากกว่า 6 โครงการมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมาเป็น 3 โครงการคิดเป็นร้อยละ 32 ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับจำนวน โครงการที่ใช้เปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	จำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบ						X <sup>2</sup>	P-value
	ไม่ได้เปรียบเทียบ	2 โครงการ	3 โครงการ	4 โครงการ	5 โครงการ	มากกว่า 6 โครงการ		
เป็นเรือนหอ	2 1.0%	2 1.0%	17 8.8%	2 1.0%	11 5.7%	26 13.4%	34.834	0.476
เป็นการลงทุนระยะยาว	0 0%	0 0%	1 0.5%	0 0%	0 0%	1 0.5%		
เป็นบ้านหลังแรก	1 0.5%	0 0%	14 7.2%	6 3.1%	5 2.6%	12 6.2%		
เป็นทรัพย์สิน	0 0%	1 0.5%	1 0.5%	0 0%	0 0%	3 1.5%		
เป็นสำนักงาน	1 0.5%	0 0%	1 0.5%	0 0%	0 0%	0 0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	1 0.5%	3 1.5%	15 7.7%	4 2.1%	5 2.6%	14 7.2%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	4 2.1%	2 1.0%	9 4.6%	1 0.5%	5 2.6%	10 5.2%		
อื่นๆ	0 0%	1 0.5%	4 2.1%	2 1.0%	2 1.0%	5 2.6%		
รวม	9 4.6%	9 4.6%	62 32.0%	15 7.7%	28 14.4%	71 36.6%		

P\* < 0.05

## 2.2 เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

### 2.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับทำเลที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมากกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยต้องการที่อยู่อาศัยในทำเลได้ของกรุงเทพฯมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาเป็น ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพฯ, ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 16.1, 15.7 ตามลำดับ ดังในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับทำเลที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ทำเลที่ตั้ง							X <sup>2</sup>	P-value
	ศูนย์กลางธุรกิจ	เหนือของกทม.	ตอ./เหนือของกทม.	ตะวันตกของกทม.	ใต้ของกทม.	ตะวันออกของกทม.	อื่นๆ		
เป็นเรือนหอ	4 1.7%	3 1.2%	9 3.7%	12 5.0%	4 1.7%	4 1.7%	10 4.1%	54.951	0.087
เป็นการลงทุนระยะยาว	1 0.4%	0 0%	0 0%	1 0.4%	2 0.8%	1 0.4%	1 0.4%		
เป็นบ้านหลังแรก	2 0.8%	11 4.5%	8 3.3%	6 2.5%	7 2.9%	3 1.2%	6 2.5%		
เป็นทรัพย์สิน	6 2.5%	4 1.7%	2 0.8%	3 1.2%	10 4.1%	2 0.8%	1 0.4%		
เป็นสำนักงาน	3 1.2%	1 0.4%	4 1.7%	1 0.4%	4 1.7%	1 0.4%	0 0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	11 4.5%	4 1.7%	8 3.3%	4 1.7%	14 5.8%	6 2.5%	10 4.1%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	8 3.3%	1 0.4%	6 2.5%	4 1.7%	3 1.2%	4 1.7%	2 0.8%		
อื่นๆ	3 1.2%	2 0.8%	2 0.8%	2 0.8%	4 1.7%	2 1.2%	4 1.7%		
รวม	38 15.7%	26 10.7%	39 16.1%	33 13.6%	48 19.8%	24 9.9%	34 14.0%		

P\* < 0.05

### 2.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับประเภทที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไปอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาเป็นทาวน์เฮ้าส์และตึกแถว, ที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ (บ้านแฝด, อาคารชุด, ต่อมิมอาคารและอื่นๆ) คิดเป็นร้อยละ 19.7, 13.8 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ประเภทที่อยู่อาศัย			X <sup>2</sup>	P-value
	ทาวน์เฮ้าส์/ตึกแถว	บ้านเดี่ยว	ที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ		
เป็นเรือนหอ	7 2.9%	32 13.4%	6 2.5%	21.884	0.081
เป็นการลงทุนระยะยาว	1 0.4%	3 1.3%	2 0.8%		
เป็นบ้านหลังแรก	15 6.3%	24 10.0%	4 1.7%		
เป็นทรัพย์สิน	3 1.3%	22 9.2%	2 0.8%		
เป็นสำนักงาน	5 2.1%	4 1.7%	3 1.3%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	8 3.3%	41 17.2%	8 3.3%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	6 2.5%	20 8.4%	3 1.3%		
อื่นๆ	2 0.8%	13 5.4%	5 2.1%		
รวม	47 19.7%	159 66.5%	33 13.8%		

P\* < 0.05



## 2.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมากกว่า 25 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยในระดับราคา 800,000 – 1,500,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาเป็นระดับราคา 1,500,000 – 3,000,000 บาท น้อยกว่า 800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.6, 19.2 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุ ตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ราคาที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	น้อยกว่า 800,000	ตั้งแต่ 800,000 ถึง 1,500,000	ตั้งแต่ 1,500,000 ถึง 3,000,000	มากกว่า 3,000,000		
เป็นเรือนหอ	5 2.1%	24 10.0%	14 5.9%	2 0.8%	38.902	0.010*
เป็นการลงทุนระยะยาว	1 0.4%	2 0.8%	1 0.4%	2 0.8%		
เป็นบ้านหลังแรก	11 4.6%	21 8.8%	9 3.8%	1 0.4%		
เป็นทรัพย์สิน	4 1.7%	8 3.3%	9 3.8%	6 2.5%		
เป็นสำนักงาน	2 0.8%	4 1.7%	4 1.7%	2 0.8%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	11 4.6%	13 5.4%	27 11.3%	6 2.5%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	5 2.1%	11 4.6%	14 5.9%	0 0%		
อื่นๆ	7 2.9%	4 1.7%	7 2.9%	2 0.8%		
รวม	46 19.2%	87 36.4%	85 35.6%	21 8.8%		

P\* < 0.05

### 2.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสำคัญสัมพันธ์กับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และต้องการเลือกจากแบบมาตรฐานมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาเป็นปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน, ออกแบบและก่อสร้างใหม่ คิดเป็นร้อยละ 30.5, 20.9 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดง ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	การออกแบบที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	เลือกจากแบบบ้านมาตรฐาน	ออกแบบและก่อสร้างใหม่	ออกแบบและต่อเติม	ปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน		
เป็นเรือนหอ	23 9.6%	6 2.5%	2 0.8%	15 6.3%	32.895	0.047*
เป็นการลงทุนระยะยาว	4 1.7%	0 0%	1 0.4%	0 0%		
เป็นบ้านหลังแรก	17 7.1%	12 5.0%	0 0%	14 5.9%		
เป็นทรัพย์สิน	16 6.7%	2 0.8%	0 0%	9 3.8%		
เป็นสำนักงาน	4 1.7%	1 0.4%	2 0.8%	5 2.1%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	20 8.4%	13 5.4%	3 1.3%	21 8.8%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	16 67.0%	9 3.8%	1 0.4%	4 1.7%		
อื่นๆ	6 2.5%	7 2.9%	1 0.4%	5 2.1%		
รวม	106 44.4%	50 20.9%	10 4.2%	73 30.5%		

P\* < 0.05

กลุ่มอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป คำนึงถึงระยะทางจากที่ทำงานถึง โรงเรียนลูก อันดับหนึ่งคิด เป็นร้อยละ 25.6 รองลงมาเป็น ราคาและเงินโอนชำระหนี้, สภาพแวดล้อมโครงการ คิดเป็นร้อย ละ 21.1, 19.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่ อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการ ที่อยู่อาศัย	ปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
เป็นเรือนหอ	9 9.4%	1 0%	10 5.9%	0 1.0%	1 0%	2 0.5%	1 0.5%	0 2.5%	0 0.5%	8 7.4%	14 5.4%	1 0.5%	1 0%	0 0%	2 0.8%
เป็นการลงทุนระยะยาว	1 0.4%	0 0%	2 0.8%	0 0%	0 0%	2 0.8%	0 0%	0 0%	0 0%	1 0.4%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
เป็นบ้านหลังแรก	13 5.3%	1 0.4%	5 2.0%	2 0.8%	4 1.6%	2 0.8%	2 0.8%	3 1.23%	1 0.4%	5 2.0%	13 5.3%	1 0.4%	2 0.8%	0 0%	0 0%
เป็นทรัพย์สิน	10 4.1%	0 0%	4 1.6%	4 1.6%	3 1.2%	1 0.4%	2 0.8%	3 1.2%	1 0.4%	7 2.8%	1 0.4%	0 0%	1 0.4%	0 0%	0 0%
เป็นสำนักงาน	4 1.6%	0 0%	3 1.2%	0 0%	0 0%	3 1.2%	3 1.2%	3 1.2%	1 0.4%	2 0.8%	3 1.2%	1 0.4%	1 0.4%	0 0%	1 0.4%
เป็นบ้านหลังที่สอง	13 5.3%	0 0%	15 6.1%	3 1.2%	3 1.2%	2 0.8%	2 0.8%	4 1.6%	1 0.4%	10 4.1%	12 4.9%	1 0.4%	0 0%	0 0%	0 0%
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	10 4.1%	0 0%	3 1.2%	1 0.4%	0 0%	2 0.8%	0 0%	1 0.4%	0 0%	3 1.3%	7 2.8%	0 0%	0 0%	0 0%	1 0.4%
อื่นๆ	3 1.2%	0 0%	6 2.45%	1 0.4%	1 0.4%	2 0.8%	0 0%	1 0.4%	0 0%	3 1.2%	2 0.8%	0 0%	0 0%	0 0%	1 0.4%
รวม	63 25.6%	2 0.8%	48 19.5%	11 4.5%	12 4.9%	16 6.5%	10 4.1%	15 6.1%	4 1.6%	39 15.9%	52 21.1%	4 1.6%	5 2.0%	0 0%	5 2.0%

ปัจจัยที่ 1 คือ ระยะทางจากที่ทำงานหรือโรงเรียนลูก

ปัจจัยที่ 3 คือ สภาพแวดล้อมโครงการ

ปัจจัยที่ 5 คือ ลักษณะเพื่อนบ้าน

ปัจจัยที่ 7 คือ ระบบสาธารณูปโภค

ปัจจัยที่ 9 คือ บริการชุมชน

ปัจจัยที่ 11 คือ ราคาและเงินโอนชำระหนี้

ปัจจัยที่ 13 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

ปัจจัยที่ 15 คือ อื่นๆ

ปัจจัยที่ 2 คือ ระยะทางจากบ้านถึงร้านค้าประจำ

ปัจจัยที่ 4 คือ ระยะทางจากบ้านถึงบ้านญาติ

ปัจจัยที่ 6 คือ ระบบสาธารณูปโภค

ปัจจัยที่ 8 คือ มลภาวะของเสียง อากาศ

ปัจจัยที่ 10 คือ ความปลอดภัย

ปัจจัยที่ 12 คือ การส่งเสริมการขาย

ปัจจัยที่ 14 คือ รูปแบบและลักษณะที่อยู่อาศัย

## 2.2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาเป็น คู่สมรส, บิดามารดา คิดเป็นร้อยละ 21.1, 21.1 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	ตัวท่านเอง	คู่สมรส	บิดามารดา	สถาปนิก/วิศวกร บุตร,อื่นๆ		
เป็นเรือนหอ	23 9.7%	9 3.8%	9 3.8%	4 1.7%	22.898	0.349
เป็นการลงทุนระยะยาว	5 2.1%	1 0.4%	0 0%	0 0%		
เป็นบ้านหลังแรก	29 12.2%	10 4.2%	4 1.7%	0 0%		
เป็นทรัพย์สิน	10 4.2%	9 3.8%	6 2.5%	3 1.3%		
เป็นสำนักงาน	6 2.5%	1 0.4%	4 1.7%	0 0%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	27 11.4%	12 5.1%	14 5.9%	3 1.3%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	17 7.2%	4 1.7%	8 3.4%	0 0%		
อื่นๆ	9 3.8%	4 1.7%	5 2.1%	1 0.4%		
รวม	126 53.2%	50 21.1%	50 21.1%	11 4.6%		

P\* < 0.05

### 2.2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อมากกว่า 3 เดือนมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาเป็นประมาณ 2 - 3 เดือน, ประมาณ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 39.2, 19.8 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ				X <sup>2</sup>	P-value
	ซื้อทันที เมื่อชมครั้งแรก	พิจารณา ประมาณ 1 เดือน	พิจารณา ประมาณ 2-3 เดือน	พิจารณา เกินกว่า 3 เดือน		
เป็นเรือนหอ	0 0%	5 2.1%	20 8.4%	20 8.4%	28.819	0.0118*
เป็นการลงทุนระยะยาว	0 0%	1 0.4%	2 0.8%	3 1.3%		
เป็นบ้านหลังแรก	0 0%	8 3.4%	17 7.2%	17 7.2%		
เป็นทรัพย์สิน	0 0%	11 4.6%	10 4.2%	7 3.0%		
เป็นสำนักงาน	1 0.4%	1 0.4%	7 3.0%	2 0.8%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	2 0.8%	13 5.5%	20 8.4%	21 8.9%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	0 0%	6 2.5%	12 5.1%	11 4.6%		
อื่นๆ	0 0%	2 0.8%	5 2.1%	13 5.5%		
รวม	3 1.3%	47 19.8%	93 39.2%	94 39.7%		

P\* < 0.05

### 2.2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับจำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับจำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยมากกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบโครงการ มากกว่า 6 โครงการมากเป็นอันดับที่หนึ่งคิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาเป็น 3 โครงการคิดเป็นร้อยละ 25.6 ดังแสดงในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับจำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัย	จำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบ						X <sup>2</sup>	P-value
	ไม่ได้เปรียบเทียบ	2 โครงการ	3 โครงการ	4 โครงการ	5 โครงการ	มากกว่า 6 โครงการ		
เป็นเรือนหอ	0 0%	2 0.8%	10 4.2%	2 0.8%	7 2.9%	24 10.1%	67.366	0.001*
เป็นการลงทุนระยะยาว	1 0.4%	1 0.4%	1 0.4%	0 0%	2 0.8%	1 0.4%		
เป็นบ้านหลังแรก	1 0.4%	3 1.3%	8 3.4%	5 2.1%	5 2.1%	21 8.8%		
เป็นทรัพย์สิน	1 0.4%	3 1.3%	7 2.9%	7 2.9%	4 1.7%	6 2.5%		
เป็นสำนักงาน	2 0.8%	2 0.8%	4 1.7%	0 0%	0 0%	3 1.3%		
เป็นบ้านหลังที่สอง	3 1.3%	1 0.4%	18 7.6%	3 1.3%	3 1.3%	29 12.2%		
ไม่พอใจบ้านที่มีอยู่เดิม	0 0%	3 1.3%	9 3.8%	3 1.3%	6 2.5%	8 3.4%		
อื่นๆ	5 2.1%	0 0%	4 1.7%	2 0.8%	0 0%	8 3.4%		
รวม	13 5.5%	15 6.3%	61 25.6%	22 9.2%	27 11.3%	100 42.0%		

P\* < 0.05

ตอนที่ 3. ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปีและตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

### 3.1 ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

3.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยในทำเลศูนย์กลางธุรกิจมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 12.8 รองลงมาเป็นตะวันออกเฉียงเหนือของกทม., ตะวันออกของกทม. คิดเป็นร้อยละ 8.7, 8.2 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยในทำเล ศูนย์กลางธุรกิจมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 11.7 รองลงมาเป็น ตอนใต้ของกทม., ตอนตะวันออกเฉียงเหนือของกทม., ตอนตะวันออกเฉียงเหนือของกทม. คิดเป็นร้อยละ 11.2, 6.6, 5.6 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ทำเลที่ตั้ง							X <sup>2</sup>	P-value
	ศูนย์กลางธุรกิจ	เหนือของกทม.	คอ./เหนือของกทม.	ตะวันตกของกทม.	ใต้ของกทม.	ตะวันออกของกทม.	อื่นๆ		
น้อยกว่า 5 ปี	25 12.8%	11 5.6%	17 8.7%	13 6.6%	9 4.6%	16 8.2%	14 7.1%	10.576	0.102
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	23 11.7%	5 2.6%	13 6.6%	8 4.1%	22 11.2%	11 5.6%	9 4.6%		
รวม	48 24.5%	16 8.2%	30 15.3%	21 10.7%	31 15.8%	27 13.8%	23 11.7%		

P\* < 0.05

### 3.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับประเภทที่อยู่อาศัยที่ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาเป็นทาวน์เฮ้าส์และตึกแถว, อาคารประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.0, 5.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็น ทาวน์เฮ้าส์และตึกแถว, อาคารประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.0, 4.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย	ประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการ			X <sup>2</sup>	P-value
	ทาวน์เฮ้าส์/ ตึกแถว	บ้านเดี่ยว	อาคารประเภทอื่นๆ		
น้อยกว่า 5 ปี	12 6.0%	83 41.5%	10 5.0%	0.069	0.966
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	12 6.0%	74 37.0%	9 4.5%		
รวม	24 12.0%	157 78.5%	19 9.5%		

P\* < 0.05



### 3.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี มีความต้องการที่อยู่อาศัยระดับราคา 800,000 – 1,500,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.6 รองลงมาเป็นมากกว่า 3,000,000 บาท, น้อยกว่า 800,000 บาท, 1,500,000 – 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.1, 12.6, 8.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี มีความต้องการที่อยู่อาศัยระดับราคา 1,500,000 – 3,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.1 รองลงมาเป็น 800,000 – 1,500,000 บาท มากกว่า 3,000,000 บาท, น้อยกว่า 800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.6, 7.5, 6.5 ตามลำดับ  
 ดังแสดงในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการ	ราคาที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	น้อยกว่า 800,000	ตั้งแต่ 800,000 ถึง 1,500,000	ตั้งแต่ 1,500,000 ถึง 3,000,000	มากกว่า 3,000,000		
น้อยกว่า 5 ปี	25 12.6%	37 18.6%	16 8.0%	26 13.1%	0.175	0.982
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	13 6.5%	31 15.6%	36 18.1%	15 7.5%		
รวม	38 19.1%	68 34.2%	52 26.1%	41 20.6%		

P\* < 0.05

### 3.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบบ้านของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไรไม่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาเป็นออกแบบและก่อสร้างใหม่, เลือกจากแบบบ้านมาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 18.5, 12.8 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ต้องการออกแบบและก่อสร้างใหม่ มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 16.9 รองลงมาเป็นปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน เลือกจากแบบมาตรฐานคิดเป็นร้อยละ 15.9, 11.3 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการ	การออกแบบที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	เลือกจากแบบบ้านมาตรฐาน	ออกแบบและก่อสร้างใหม่	ออกแบบและต่อเติม	ปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน		
น้อยกว่า 5 ปี	25 12.8%	36 18.5%	2 1.0%	39 20.0%	3.606	0.307
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	22 11.3%	33 16.9%	7 3.6%	31 15.9%		
รวม	47 24.1%	69 35.4%	9 4.6%	70 35.9%		

P\* < 0.05

### 3.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญกับระยะทางจากที่ทำงานหรือโรงเรียนลูกมากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 13.8 รองลงมาเป็นความปลอดภัย, ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน, สภาพแวดล้อมโครงการคิดเป็นร้อยละ 12.8, 10.3, 6.9 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 11.8 รองลงมาเป็นระยะทางที่ทำงานหรือโรงเรียนลูก, สภาพแวดล้อมโครงการ, ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 9.9, 8.9, 8.9 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง ที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการ	ปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
น้อยกว่า 5 ปี	28	0	21	3	1	3	1	3	0	26	14	0	3	2
	13.8%	0.0%	10.3%	1.5%	0.5%	1.5%	0.5%	1.5%	0.0%	12.8%	6.9%	0.0%	1.5%	1.0%
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	20	2	18	3	1	7	3	4	1	24	18	3	1	2
	9.9%	1.0%	8.9%	1.5%	0.5%	3.4%	1.5%	2.0%	0.5%	11.8%	8.9%	1.5%	0.5%	1.0%
รวม	48	2	39	6	2	10	4	7	1	50	32	3	4	4
	23.6%	1.0%	19.2%	3.0%	1.0%	4.9%	2.0%	3.4%	0.5%	24.6%	15.8%	1.5%	2.0%	2.0%

ปัจจัยที่ 1 คือ ระยะทางจากที่ทำงานหรือโรงเรียนลูก

ปัจจัยที่ 3 คือ สภาพแวดล้อมโครงการ

ปัจจัยที่ 5 คือ ลักษณะเพื่อนบ้าน

ปัจจัยที่ 7 คือ ระบบสาธารณูปการ

ปัจจัยที่ 9 คือ บริการชุมชน

ปัจจัยที่ 11 คือ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยที่ 13 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

ปัจจัยที่ 15 คือ อื่นๆ

ปัจจัยที่ 2 คือ ระยะทางจากบ้านถึงร้านค้าประจำ

ปัจจัยที่ 4 คือ ระยะทางจากบ้านถึงบ้านญาติ

ปัจจัยที่ 6 คือ ระบบสาธารณูปโภค

ปัจจัยที่ 8 คือ มลภาวะของเสียง อากาศ

ปัจจัยที่ 10 คือ ความปลอดภัย

ปัจจัยที่ 12 คือ การส่งเสริมการขาย

ปัจจัยที่ 14 คือ รูปแบบและลักษณะที่อยู่อาศัย

### 3.1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยกับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยระดับมากกว่า 5 ปี ตัดสินใจด้วยตนเอง และบิดา, มารดา มากที่สุด เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.8

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.4 รองลงมาเป็น บิดา, มารดา คิดเป็นร้อยละ 18.8 ดังแสดงในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการ	ผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	ตัวท่านเอง	คู่สมรส	บิดา, มารดา	สถาปนิก, วิศวกร บุตร, อื่นๆ		
น้อยกว่า 5 ปี	45 22.8%	11 5.6%	45 22.8%	1 0.5%	8.043	0.045*
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	50 25.4%	3 1.5%	37 18.8%	5 2.5%		
รวม	95 48.2%	14 7.1%	82 41.6%	6 3.0%		

P\* < 0.05

### 3.1.7 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 6 เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.9 รองลงมาเป็นประมาณ 2 – 3 เดือน ประมาณ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 20.4, 9.7 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 3 เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.4 รองลงมาเป็นประมาณ 2 – 3 เดือน, ประมาณ 1 เดือน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ดังแสดงในตารางที่ 30

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการ	ระยะเวลาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	ซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก	พิจารณาประมาณ 1 เดือน	พิจารณาประมาณ 2-3 เดือน	พิจารณาเกินกว่า 3 เดือน		
น้อยกว่า 5 ปี	0 0.0%	19 9.7%	40 20.4%	43 21.9%	3.702	0.157
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	0 0.0%	27 13.8%	27 13.8%	40 20.4%		
รวม	0 0.0%	46 23.5%	67 34.2%	83 42.3%		

P\* < 0.05

### 3.1.8 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับจำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับจำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี นำโครงการมาเปรียบเทียบ 3 โครงการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.4 รองลงมา มากกว่า 6 โครงการ 5โครงการ คิดเป็นร้อยละ 14.9, 7.2 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี นำโครงการมาเปรียบเทียบมากกว่า 6 โครงการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.6 รองลงมา 3 โครงการ 5 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 12.9, 7.2 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 31

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับจำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

ระยะเวลาที่ต้องการ	จำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบ						X <sup>2</sup>	P-value
	ไม่ได้เปรียบเทียบ	2 โครงการ	3 โครงการ	4 โครงการ	5 โครงการ	มากกว่า 6 โครงการ		
น้อยกว่า 5 ปี	6 3.1%	4 2.1%	37 19.1%	9 4.6%	14 7.2%	29 14.9%	6.334	0.275
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	3 1.5%	5 2.6%	25 12.9%	6 3.1%	14 7.2%	42 21.6%		
รวม	9 4.6%	9 4.6%	62 32.0%	15 7.7%	28 14.4%	71 36.6%		

P\* < 0.05

### 3.2 ระยะเวลาความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

3.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมากกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยในทำเลศูนย์กลางธุรกิจ มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 6.6 รองลงมาเป็นตอนใต้ของกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 6.2

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยในทำเลตอนใต้ของกรุงเทพฯ มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 13.6 รองลงมาเป็น ตอนตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพฯ, ตอนตะวันตกของกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 12.4, 9.9 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 32

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับที่ตั้งของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ	ทำเลที่ตั้ง							X <sup>2</sup>	P-value
	ศูนย์กลางธุรกิจ	กทม.เหนือ	กทม.ตอ./เหนือ	กทม.ตะวันตก	กทม.ใต้	กทม.ตะวันออก	อื่นๆ		
น้อยกว่า 5 ปี	16 6.6%	8 3.3%	9 3.7%	9 3.7%	15 6.2%	2 0.8%	10 4.1%	9.084	0.169
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	22 9.1%	18 7.4%	30 12.4%	24 9.9%	33 13.6%	22 9.1%	24 9.9%		
รวม	38 15.7%	26 10.7%	39 16.1%	33 13.6%	48 19.8%	24 9.9%	34 14.0%		

P\* < 0.05

### 3.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับประเภทที่อยู่อาศัยที่ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาเป็นทาวน์เฮ้าส์และบ้านแฝด อาคารชุด ต่อเติมอื่นๆ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.8

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาเป็นทาวน์เฮ้าส์และตึกแถว, อาคารประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.0, 9.7 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 33

**ตารางที่ 33** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ ที่อยู่อาศัย	ประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการ			X <sup>2</sup>	P-value
	ทาวน์เฮ้าส์,ตึกแถว	บ้านเดี่ยว	อาคารประเภทอื่นๆ		
น้อยกว่า 5 ปี	9 3.8%	50 21.0%	9 3.8%	2.692	0.26
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	38 16.0%	109 45.8%	23 9.7%		
รวม	47 19.7%	159 66.8%	32 13.4%		

P\* < 0.05



### 3.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมากกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี มีความต้องการที่อยู่อาศัยระดับราคา 1,500,000 – 3,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.9 รองลงมาเป็นมากกว่า 800,000 – 1,500,000 บาท, น้อยกว่า 800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.2, 5.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี มีความต้องการที่อยู่อาศัยระดับราคา 800,000 – 1,500,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาเป็น 1,500,000 – 3,000,000 บาท น้อยกว่า 800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.4, 14.3 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 34

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย กับราคาที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ	ราคาที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	น้อยกว่า 800,000	ตั้งแต่ 800,000 ถึง 1,500,000	ตั้งแต่ 1,500,000 ถึง 3,000,000	มากกว่า 3,000,000		
น้อยกว่า 5 ปี	12 5.0%	22 9.2%	26 10.9%	8 3.4%	1.766	0.622
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	34 14.3%	65 27.3%	58 24.4%	13 5.5%		
รวม	46 19.1%	87 36.6%	84 35.3%	21 8.8%		

P\* < 0.05

### 3.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมากกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ต้องการเลือกจากแบบบ้านมาตรฐานมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 11.8 รองลงมาเป็นออกแบบและก่อสร้างใหม่, ปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 9.2, 7.1 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ต้องการเลือกจากแบบบ้านมาตรฐานมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาเป็นปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน, ออกแบบและก่อสร้างใหม่คิดเป็นร้อยละ 23.5, 11.8 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 35

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับการออกแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ	การออกแบบที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	เลือกจากแบบบ้านมาตรฐาน	ออกแบบและก่อสร้างใหม่	ออกแบบและต่อเติม	ปรับปรุงเพิ่มเติมจากแบบมาตรฐาน		
น้อยกว่า 5 ปี	28 11.8%	22 9.2%	3 1.3%	17 7.1%	6.827	0.078
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	77 32.4%	28 11.8%	7 2.9%	56 23.5%		
รวม	105 44.1%	50 21.0%	10 4.2%	73 30.7%		

P\* < 0.05

### 3.2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญกับระยะทางจากที่ทำงานหรือโรงเรียนลูกมากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.2 รองลงมาเป็นความปลอดภัย, ราคาและเงื่อนไขการชำระเงินสภาพแวดล้อมโครงการคิดเป็นร้อยละ 6.5, 6.1, 5.7 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญกับระยะทางที่ทำงานหรือโรงเรียนลูกมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 17.6 รองลงมาเป็นราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน, สภาพแวดล้อมโครงการความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 14.7, 13.9, 9.0 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 36

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ	ปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
น้อยกว่า 5 ปี	20	1	14	6	6	4	4	7	3	16	15	2	3	1
	8.2%	0.4%	5.7%	2.4%	2.4%	1.6%	1.6%	2.9%	1.2%	6.5%	6.1%	0.8%	1.2%	0.4%
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	43	1	34	5	6	12	6	9	1	22	36	2	2	4
	17.6%	0.4%	13.9%	2.0%	2.4%	4.9%	2.4%	3.7%	0.4%	9.0%	14.7%	0.8%	0.8%	1.6%
รวม	63	2	48	11	12	16	10	16	4	38	51	4	5	5
	25.7%	0.8%	19.6%	4.5%	4.9%	6.5%	4.1%	6.5%	1.6%	15.5%	20.8%	1.6%	2.0%	2.0%

ปัจจัยที่ 1 คือ ระยะทางจากที่ทำงานหรือโรงเรียนลูก

ปัจจัยที่ 3 คือ สภาพแวดล้อมโครงการ

ปัจจัยที่ 5 คือ ลักษณะเพื่อนบ้าน

ปัจจัยที่ 7 คือ ระบบสาธารณูปการ

ปัจจัยที่ 9 คือ บริการชุมชน

ปัจจัยที่ 11 คือ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยที่ 13 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

ปัจจัยที่ 15 คือ อื่นๆ

ปัจจัยที่ 2 คือ ระยะทางจากบ้านถึงร้านค้าประจำ

ปัจจัยที่ 4 คือ ระยะทางจากบ้านถึงบ้านญาติ

ปัจจัยที่ 6 คือ ระบบสาธารณูปโภค

ปัจจัยที่ 8 คือ มลภาวะของเสียง อากาศ

ปัจจัยที่ 10 คือ ความปลอดภัย

ปัจจัยที่ 12 คือ การส่งเสริมการจำหน่าย

ปัจจัยที่ 14 คือ รูปแบบและลักษณะที่อยู่อาศัย

### 3.2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.4 รองลงมาเป็น คู่สมรส, บิดา, มารดา คิดเป็นร้อยละ 8.5, 6.8 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาเป็น บิดา, มารดา, คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 14.8, 12.3 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 37

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ	ผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	ตัวทำเอง	คู่สมรส	บิดา/มารดา	สถาปนิก/วิศวกร บุตร,อื่นๆ		
น้อยกว่า 5 ปี	27 11.4%	20 8.5%	16 6.8%	7 3.0%	12.974	0.005
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	98 41.5%	29 12.3%	35 14.8%	4 1.7%		
รวม	125 53.0%	49 20.8%	51 21.6%	11 4.7%		

P\* < 0.05

### 3.2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมากกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี ใช้เวลาตัดสินใจเกินกว่า 3 เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.4 รองลงมาประมาณ 2 –3 เดือน, ประมาณ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 10.6, 7.6 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีระยะเวลาด้วยการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี ใช้เวลาตัดสินใจประมาณ 2 – 3 เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาเกินกว่า 3 เดือน ประมาณ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.4, 11.4 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 38

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยกับระยะเวลาตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ	ระยะเวลาตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย				X <sup>2</sup>	P-value
	ซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก	พิจารณาประมาณ 1 เดือน	พิจารณาประมาณ 2-3 เดือน	พิจารณาเกินกว่า 3 เดือน		
น้อยกว่า 5 ปี	1 0.4%	18 7.6%	25 10.6%	27 11.4%	2.745	0.433
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	2 0.8%	27 11.4%	69 29.2%	67 28.4%		
รวม	3 1.3%	45 19.1%	94 39.8%	94 39.8%		

P\* < 0.05

### 3.2.8 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย กับจำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับจำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ปี นำโครงการมาเปรียบเทียบมากกว่า 6 โครงการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.4 รองลงมาเป็น 3 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 8.4

กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 5 ปี นำโครงการมาเปรียบเทียบมากกว่า 6 โครงการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาเป็น 3 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 16.5 ดังแสดงในตารางที่ 39

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่อาศัย กับจำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ต้องการ	จำนวนโครงการ						X <sup>2</sup>	P-value
	ไม่ได้เปรียบเทียบ	2 โครงการ	3 โครงการ	4 โครงการ	5 โครงการ	มากกว่า 6 โครงการ		
น้อยกว่า 5 ปี	3 1.3%	6 2.5%	20 8.4%	6 2.5%	9 3.8%	27 11.4%	2.007	0.848
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	10 4.2%	9 3.8%	39 16.5%	16 6.8%	19 8.0%	73 30.8%		
รวม	13 5.5%	15 6.3%	59 24.9%	22 9.3%	28 11.8%	100 42.2%		

P\* < 0.05

#### ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนรายได้ในครอบครัวกับปัจจัยอื่นๆของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต

##### 4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครอบครัวกับจำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบของ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

รายได้ครอบครัวมีความสัมพันธ์กับจำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบของกลุ่มผู้ใช้  
อินเทอร์เน็ตอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวน้อยกว่า 30,000 บาท นำโครงการมาเปรียบเทียบมากกว่า 6 โครงการ เป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.6 รองลงมา 3 โครงการ, 5 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 10.7, 7.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัว 30,000 – 50,000 บาท นำโครงการมาเปรียบเทียบมากกว่า 6 โครงการเป็นอันดับที่หนึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.1 รองลงมา 3 โครงการคิดเป็นร้อยละ 7.5

กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท นำโครงการมาเปรียบเทียบมากกว่า 6 โครงการเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมา 3 โครงการคิดเป็นร้อยละ 9.8 ดังแสดงในตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครอบครัวกับจำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบของ  
กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

รายได้ครอบครัว	จำนวนโครงการที่ใช้เปรียบเทียบ						X <sup>2</sup>	P-value
	ไม่ได้ เปรียบเทียบ	2 โครงการ	3 โครงการ	4 โครงการ	5 โครงการ	มากกว่า6 โครงการ		
น้อยกว่า 30,000	14 3.3%	15 3.5%	46 10.7%	18 4.2%	30 7.0%	71 16.6%	12.130	0.276
30,000 – 50,000	2 0.5%	4 0.9%	32 7.5%	9 2.1%	12 2.8%	39 9.1%		
มากกว่า 50,000	6 1.4%	5 1.2%	42 9.8%	10 2.3%	14 3.3%	60 14.0%		
รวม	22 5.1%	24 5.6%	120 28.0%	37 8.6%	56 13.1%	170 39.6%		

P\* < 0.05

## ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการกับระดับรายได้ของครอบครัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อายุน้อยกว่า 25 ปี

ประเภทที่อยู่อาศัย	รายได้ครอบครัว(บาท)								X <sup>2</sup>	P-value
	ทาวน์เฮ้าส์/ตึกแถว		บ้านเดี่ยว		บ้านประเภทอื่นๆ		รวม			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ30,000 บาท	19	9.6%	67	34.0%	8	4.1%	94	47.7%	11.745	.019
30,000 – 50,000	2	1.0%	36	18.3%	3	1.5%	41	20.8%		
มากกว่าหรือเท่ากับ50,000 บาท	3	1.5%	51	25.9%	8	4.1%	62	31.5%		
รวม	24	12.2%	154	78.2%	19	9.6%	197	100.0%		

P\* < 0.05

จากตารางที่ 41 พบว่าประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีความสัมพันธ์กับรายได้ครอบครัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวน้อยกว่า 30,000, 30,000 - 50,000, ตั้งแต่ 50,000 บาทมีความต้องการบ้านเดี่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67, 36, 51 ตามลำดับ กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท ลงไปมีความต้องการตึกแถวและทาวน์เฮ้าส์เป็นอันดับสองคิดเป็นร้อยละ 9.6 โดยกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวน้อยกว่า 30,000 บาท และ 30,000 – 50,000 บาท มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 67, 36 รองลงมาเป็นตึกแถวและทาวน์เฮ้าส์ ร้อยละ 12.1, 1.6 ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท มีความต้องการบ้านเดี่ยวมากที่สุด ร้อยละ 24.2



ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัยที่  
ต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

รายได้ครอบครัว(บาท)	ประเภทที่อยู่อาศัย								X <sup>2</sup>	P-value
	ทาวน์เฮ้าส์/ตึกแถว		บ้านเดี่ยว		บ้านประเภทอื่นๆ		รวม			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ30,000 บาท	43	9.9%	5	1.2%	2	0.5%	20	4.6%	47.962	.000*
30,000 – 50,000 บาท	92	21.2%	102	23.6%	9	2.1%	108	24.9%		
มากกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	17	3.9%	12	2.8%	8	1.8%	15	3.5%		
รวม	152	35.1%	119	27.5%	19	4.4%	143	33.0%		

P\* < 0.05

จากตารางที่ 42 พบว่าประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีความสัมพันธ์กับรายได้ครอบครัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความน้อยเชื่อมั่น 95 % โดยกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวน้อยกว่า 30,000 บาท มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุดร้อยละ 25.1 และความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทเป็นตึกแถวและทาวน์เฮ้าส์มากที่สุดในกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ13.4 กลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัว 30,000 – 50,000 บาท มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุดร้อยละ 17.7 และกลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท มีความต้องการบ้านเดี่ยวมากที่สุด ร้อยละ 27.7

## ตอนที่ 6 การใช้สื่อของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

### 6.1 ข้อมูลข่าวสารด้านที่อยู่อาศัยที่ได้จากสื่อประเภทต่างๆ

ข้อมูลข่าวสารด้านที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ หนังสือพิมพ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ โทรทัศน์, โบชัวร์และแคตตาล็อก, นิตยสาร, อินเทอร์เน็ต, คัทเอ๊าท์และโปสเตอร์, งานแสดงบ้าน, วิทยุ, จดหมาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 43

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสื่อที่ได้รับข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยเป็นประจำ

ประเภทสื่อ	การรับสื่อในชีวิตประจำวัน					
	รับประจำ		ไม่รับประจำ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	327	72.7	123	27.3	450	100
โทรทัศน์	253	56.2	197	43.8	450	100
โบชัวร์	251	55.8	199	44.2	450	100
นิตยสาร	225	50	225	50	450	100
อินเทอร์เน็ต	164	36.4	286	63.6	450	100
คัทเอ๊าท์และโปสเตอร์	107	23.8	343	76.2	450	100
งานแสดงบ้าน	104	23.1	346	76.9	450	100
วิทยุ	95	21.1	355	78.9	450	100
จดหมาย	40	8.9	410	91.1	450	100

## 6.2 รูปแบบบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้านที่อยู่อาศัยที่ต้องการ

ผลจากการวิจัยพบว่ารูปแบบบริการออนไลน์ข้อมูลข่าวสารด้านที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่กลุ่มตัวอย่างต้องการอันดับแรกคือ บริการข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยเชิงวิเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ บริการสืบค้นข้อมูลรายละเอียดโครงการ (GIS), บริการข้อมูลข่าวสารประกอบการซื้อที่อยู่อาศัย, บริการข้อมูลด้านตลาดที่อยู่อาศัยมือสอง, บริการข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัยสร้างใหม่, บริการฐานข้อมูลประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์, บริการจับคู่ผู้ต้องการซื้อและขายบ้านและบริการข้อมูลช่าง คิดเป็นร้อยละ 26.2, 23.9, 5.1, 4.9, 4.7, 3.7 และ 0.9 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 44

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามรูปแบบบริการออนไลน์ข้อมูลข่าวสารด้านที่อยู่อาศัย

บริการออนไลน์ด้านที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1. บริการข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยเชิงวิเคราะห์	124	29.0
2. บริการสืบค้นข้อมูลรายละเอียดโครงการ (GIS)	112	26.2
3. บริการข้อมูลข่าวสารประกอบการซื้อที่อยู่อาศัย	101	23.9
4. บริการข้อมูลด้านตลาดที่อยู่อาศัยมือสอง	22	5.1
5. บริการข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัยสร้างใหม่	21	4.9
6. บริการฐานข้อมูลประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์	20	4.7
7. บริการจับคู่ผู้ต้องการซื้อและขายบ้าน	16	3.7
8. บริการข้อมูลช่าง	4	0.9
9. อื่นๆ	8	1.9
รวม	428	100.0

ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเตอร์เน็ต 5 อันดับแรกคือความน่าเชื่อถือของข้อมูล, ความน่าเชื่อถือของข้อมูล, ความปลอดภัยของข้อมูล, ความเป็นส่วนตัว ของข้อมูล, รับส่งข้อมูลทันที ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 45

ตารางที่ 45 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเตอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่ผลต่อการใช้อินเตอร์เน็ต	X	SD	อันดับ
1. มีข้อมูลครบถ้วนและตรงตามความต้องการ	4.32	0.85	1
2. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล	4.36	0.90	2
3. ความปลอดภัยของข้อมูล	4.16	0.97	3
4. ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	4.00	1.03	4
5. รับส่งข้อมูลได้ทันที	3.91	0.93	5
6. ข้อมูลและรายละเอียดแยกเป็นหมวดหมู่	3.89	0.85	6
7. รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ	3.88	0.82	7
8. หาข้อมูลได้ทุกเวลาที่ต้องการ	3.88	0.84	8
9. ราคาถูก	3.87	1.02	9
10. เลือกเฉพาะข้อมูลที่ต้องการ	3.85	0.82	10
11. สามารถเชื่อมโยงพร้อมเสนอแนะทางเลือก	3.70	0.87	11
12. เป็นสื่อ 2 ทาง	3.60	0.97	12
13. ความสมบูรณ์ด้านมัลติมีเดีย	3.48	1.02	13
14. ไร้พรมแดน	3.57	1.05	14