

บทที่ 4

ผลการวิจัย และการวิเคราะห์ผลการวิจัย

การศึกษาความต้องการซื้อและกลยุทธ์การตลาดคอน โดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่ การวิเคราะห์ผลการวิจัย แบ่งออกเป็น ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็นดังนี้
 - 4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 4.1.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์ของคอน โดมิเนียมที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ
 - 4.1.3 ลักษณะราคาของคอน โดมิเนียมที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการ
 - 4.1.4 ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ
 - 4.1.5 ลักษณะการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ
 - 4.1.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะส่วน
ประสมทางการตลาด กับความต้องการซื้อคอน โดมิเนียม
 - 4.1.6.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล
 - 4.1.6.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เกี่ยวกับลักษณะผลิตภัณฑ์คอน โดมิเนียม
 - 4.1.6.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เกี่ยวกับลักษณะราคาคอน โดมิเนียม
 - 4.1.6.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เกี่ยวกับลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 4.1.6.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เกี่ยวกับลักษณะการส่งเสริมการตลาด
- 4.2 ข้อมูลจากโครงการคอน โดมิเนียม แบ่งออกเป็นดังนี้
 - 4.2.1 ลักษณะทั่วไปของโครงการคอน โดมิเนียม
 - 4.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการคอน โดมิเนียม
 - 4.2.3 ลักษณะแบบโครงการของคอน โดมิเนียม
 - 4.2.4 ราคาของโครงการคอน โดมิเนียม
 - 4.2.5 ลักษณะการจัดจำหน่ายของโครงการคอน โดมิเนียม
 - 4.2.6 ลักษณะการส่งเสริมการตลาดของโครงการคอน โดมิเนียม
 - 4.2.7 ปัญหาของโครงการคอน โดมิเนียม

4.1 ข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	296	61.7
หญิง	184	38.3
รวม	480	100.0

ตารางที่ 1 จากการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 61.7 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 38.3 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	63	13.1
25 - 30 ปี	220	45.8
31 - 45 ปี	120	25.0
มากกว่า 45 ปี	77	16.0
รวม	480	100.0

$$X = 40.067 \quad SD = 10.757$$

ตารางที่ 2 จากการศึกษาอายุของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ร้อยละ 45.8 อายุ 36-45 ปี ร้อยละ 25.0 อายุมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 16.0 และอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 13.1 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 40 ปี

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	208	43.3
สมรส	251	52.3
หม้าย	21	4.4
รวม	480	100.0

ตารางที่ 3 จากการศึกษาสถานภาพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 52.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 43.3 และหม้าย ร้อยละ 4.4 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส มากที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	120	25.0
ข้าราชการ	120	25.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	120	25.0
เจ้าของกิจการหรือค้าขาย	120	25.0
รวม	480	100.0

ตารางที่ 4 จากการศึกษาเกี่ยวกับอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.0 ข้าราชการ ร้อยละ 25.0 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.0 และเจ้าของกิจการหรือค้าขาย ร้อยละ 25.0 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบ สอบถามมีทุกอาชีพ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปวส. หรืออนุปริญญา	118	24.6
ปวส. หรืออนุปริญญา	163	33.9
ปริญญาตรี	190	39.6
สูงกว่าปริญญาตรี	9	1.9
รวม	480	100.0

ตารางที่ 5 จากการศึกษาเกี่ยวกับระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 39.6 อนุปริญญาหรือ ปวส. ร้อยละ 33.9 ต่ำกว่าปวส. หรืออนุปริญญา ร้อยละ 24.6 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 1.9 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี มากที่สุด

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	162	33.8
10,001 - 15,000 บาท	130	27.1
15,001 - 20,000 บาท	78	16.3
มากกว่า 20,000 บาท	110	22.9
รวม	480	100.0

ตารางที่ 6 จากการศึกษา เกี่ยวกับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 33.8 มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 27.1 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 22.9 และมีรายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบ้านพักในปัจจุบัน

ลักษณะบ้านพักในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
บ้านปลูกเอง	191	39.8
หอพัก/อพาร์ทเมนต์/ห้องเช่า	130	27.1
บ้านจัดสรร	81	16.9
ตึกแถว	40	8.3
ทาวน์เฮ้าส์	23	4.8
อื่น ๆ	9	1.9
คอนโดมิเนียม	6	1.2
รวม	480	100.0

ตารางที่ 7 จากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะบ้านพักในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะบ้านพักเป็นบ้านปลูกเอง ร้อยละ 39.8 หอพัก/อพาร์ทเมนต์/ห้องเช่า ร้อยละ 27.1 บ้านจัดสรร ร้อยละ 16.9 ตึกแถว ร้อยละ 8.3 ทาวน์เฮ้าส์ร้อยละ 4.8 อื่น ๆ (บ้านพักข้าราชการ) ร้อยละ 1.9 และคอนโดมิเนียม ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะบ้านพักเป็นบ้านปลูกเอง มากที่สุด

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเป็นเจ้าของ

ความเป็นเจ้าของ	จำนวน	ร้อยละ
เช่าคนอื่นอยู่	154	32.1
เป็นบ้านของตนเอง	148	30.8
เป็นบ้านของพ่อแม่	124	25.8
เป็นบ้านของตนเองแต่อยู่ระหว่างผ่อนส่ง	35	7.3
อื่นๆ	19	4.0
รวม	480	100.0

ตารางที่ 8 จากการศึกษาเกี่ยวกับ ความเป็นเจ้าของ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถาม ความเป็นเจ้าของบ้านพัก ที่เช่าคนอื่นอยู่ ร้อยละ 32.1 บ้านพัก เป็นของตนเอง ร้อยละ 30.8 บ้านพักเป็นของพ่อแม่ ร้อยละ 25.8 บ้านพักเป็นของตนเอง แต่อยู่ระหว่างผ่อนส่ง ร้อยละ 7.3 และอื่น ๆ (บ้านญาติและบ้านเช่าราชการ) ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีลักษณะบ้านพัก ที่เช่าคนอื่นอยู่

4.1.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์คอน โดมินิยมที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ตั้งคอน โดมินิยม และอาชีพ

แหล่งที่ตั้ง	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ใกล้ที่ทำงาน	66	31.1	79	43.4	61	39.1	47	27.2	252	34.9
การคมนาคมสะดวก	58	27.4	34	18.7	40	25.6	58	33.5	190	26.3
ใกล้ที่พักที่ส่วยงาม	34	16.0	20	11.1	43	27.6	36	20.8	133	18.4
ใกล้โรงพยาบาล	17	8.0	22	12.0	5	3.2	12	6.9	56	7.8
ใกล้ศูนย์การค้า	25	11.8	13	7.1	5	3.2	10	5.8	53	7.3
ใกล้มหาวิทยาลัย	12	5.7	14	7.7	2	1.3	10	5.8	38	5.3
รวม	212	100.0	182	100.0	156	100.0	173	100.0	722	100.0

ตารางที่ 9 จากการศึกษา เกี่ยวกับลักษณะแหล่งที่ตั้งคอน โดมินิยมและอาชีพ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอน โดมินิยมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด ร้อยละ 34.9 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการคอน โดมินิยมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 31.1 กลุ่มข้าราชการต้องการใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 43.4 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 39.1 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการที่มีการคมนาคมสะดวก ร้อยละ 33.5 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการซื้อ คอน โดมินิยมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ที่ทำงาน สำหรับกลุ่มเจ้าของกิจการต้องการคอน โดมินิยมที่มีแหล่งที่ตั้งการคมนาคมสะดวก

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ตั้งคอน โดมิเนียม และระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
แหล่งที่ตั้ง										
ใกล้ที่ทำงาน	32	19.7	108	34.8	111	46.4	1	10.0	252	34.9
การคมนาคมสะดวก	44	27.0	82	26.5	61	25.5	3	30.0	190	26.3
ใกล้ทิวทัศน์ที่สวยงาม	51	31.3	45	14.5	32	13.4	5	50.0	133	18.4
ใกล้โรงพยาบาล	15	9.2	27	8.7	13	5.4	1	10.0	56	7.8
ใกล้ศูนย์การค้า	10	6.1	31	10.0	12	5.0	-	-	53	7.3
ใกล้มหาวิทยาลัย	11	6.7	17	5.5	10	4.2	-	-	38	5.3
รวม	163	100.0	310	100.0	239	100.0	10	100.0	722	100.0

ตารางที่ 10 จากการศึกษา เกี่ยวกับลักษณะแหล่งที่ตั้งคอน โดมิเนียม และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอน โดมิเนียม ที่มีแหล่งที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน โดยกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการคอน โดมิเนียมที่มีแหล่งที่ตั้งใกล้ทิวทัศน์ที่สวยงาม ร้อยละ 31.3 กลุ่มระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 34.8 กลุ่มระดับปริญญาตรี ต้องการใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 46.4 และกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการใกล้ทิวทัศน์ที่สวยงาม ร้อยละ 50.0 ตามลำดับจากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญาและกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการคอน โดมิเนียมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ทิวทัศน์ที่สวยงาม สำหรับกลุ่มระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา และปริญญาตรี ต้องการคอน โดมิเนียมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ที่ทำงาน

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ตั้งคอน โดมิ เนียม และรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
แหล่งที่ตั้ง										
ใกล้ที่ทำงาน	93	36.3	67	34.7	52	60.5	40	21.4	252	34.9
การคมนาคมสะดวก	73	28.5	54	28.0	19	22.1	44	23.5	109	26.3
ใกล้ที่วัดที่สวดงาม	43	16.8	31	16.1	4	4.7	55	29.5	133	18.4
ใกล้โรงพยาบาล	20	7.8	15	7.8	-	-	21	11.2	56	7.8
ใกล้ศูนย์การค้า	15	5.9	16	8.3	7	8.1	15	8.0	53	7.3
ใกล้มหาวิทยาลัย	12	4.7	10	5.2	4	4.7	12	6.4	38	5.3
รวม	256	100.0	193	100.0	86	100.0	187	100.0	722	100.0

ตารางที่ 11 จากการศึกษา เกี่ยวกับลักษณะความต้องการแหล่งที่ตั้งคอน โดมิ เนียม และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอน โดมิ เนียมที่มีแหล่งที่ตั้งใกล้ที่ทำงานร้อยละ 34.9 โดยกลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการคอน โดมิ เนียมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 36.3 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 34.7 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 60.5 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการใกล้ที่วัดที่สวดงาม ร้อยละ 29.5 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท ต้องการคอน โดมิ เนียมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ที่ทำงาน สำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการคอน โดมิ เนียมที่มีแหล่งที่ตั้ง ใกล้ที่วัดที่สวดงาม

ตารางที่ 12 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะตำบลที่ตั้งคอน โดมินิยม และ อาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ-กิจการ		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ตำบลสุเทพ	51	42.5	31	25.8	50	41.1	23	19.2	155	32.3
ตำบลช้างคลาน	28	23.3	48	40.0	40	33.3	38	31.7	154	32.1
ตำบลช้างเผือก	22	18.3	24	20.0	3	2.5	17	14.2	66	13.8
ตำบลหนองหอย	7	5.8	5	4.2	8	6.7	9	7.5	29	6.0
ตำบลช้างม่อย	2	1.7	3	2.5	2	1.7	21	17.5	28	5.8
ตำบลน้ำป่า	9	7.5	4	3.3	-	-	6	5.0	19	4.0
ตำบลท่าศาลา	1	0.8	4	3.3	4	3.3	2	1.7	11	2.3
ตำบลวัดเกต	-	-	-	-	10	8.3	-	-	10	2.1
ตำบลหนองป่าครั่ง	-	-	1	0.8	3	2.5	4	3.3	8	1.7
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 12 จากการศึกษาเกี่ยวกับ ลักษณะความต้องการตำบลที่ตั้งคอน โดมินิยมและอาชีพ จากตารางผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการคอน โดมินิยมที่มีแหล่งที่ตั้งตำบลสุเทพ ร้อยละ 32.3 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการคอน โดมินิยมที่ตั้งอยู่ในตำบลสุเทพ ร้อยละ 42.5 กลุ่มข้าราชการ ต้องการตำบลช้างคลาน ร้อยละ 40.0 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการตำบลสุเทพ ร้อยละ 41.1 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการตำบลช้างคลาน ร้อยละ 31.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการคอน โดมินิยมที่ตั้งอยู่ในตำบลสุเทพ สำหรับกลุ่มข้าราชการและกลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการคอน โดมินิยมที่ตั้งอยู่ในตำบลช้างคลาน

ตารางที่ 13 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะตำบลที่ตั้ง
คอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ตำบลสุเทพ	18	15.3	68	41.7	66	34.7	3	33.3	155	32.3
ตำบลช้างคลาน	36	30.8	55	33.7	58	30.5	5	55.6	154	32.1
ตำบลช้างเผือก	7	5.9	18	11.0	41	21.6	-	-	66	13.8
ตำบลหนองหอย	12	10.2	11	6.7	6	3.2	-	-	29	6.0
ตำบลช้างม่อย	21	17.8	3	1.8	4	2.1	-	-	28	5.8
ตำบลฟ้าฮ่าม	3	2.5	8	4.9	8	4.2	-	-	19	4.0
ตำบลท่าศาลา	7	5.9	-	-	4	2.1	-	-	11	2.3
ตำบลวัดเกต	10	8.5	-	-	-	-	-	-	10	2.1
ตำบลหนองป่าครั่ง	4	3.4	-	-	3	1.6	1	11.1	8	1.7
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 13 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการตำบลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความต้องการให้โครงการคอนโดมิเนียมตั้งอยู่ที่ตำบลสุเทพ ร้อยละ 32.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในตำบลช้างคลาน ร้อยละ 30.8 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการให้ตั้งที่ตำบลสุเทพ ร้อยละ 41.7 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการให้ตั้งที่ตำบลสุเทพ ร้อยละ 34.7 และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการให้ตั้งที่ตำบลช้างคลาน ร้อยละ 55.6 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญาและกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในที่ตำบลช้างคลาน สำหรับกลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในตำบลสุเทพ

ตารางที่ 14 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะตำบลที่ตั้ง คอนโดมิเนียมและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ตำบลสุเทพ	69	42.6	55	42.3	12	15.4	19	17.3	155	32.3
ตำบลช้างคลาน	33	20.4	30	23.1	51	65.4	40	36.4	154	32.1
ตำบลช้างเผือก	27	18.5	18	13.8	12	15.4	9	8.2	66	13.8
ตำบลหนองหอย	6	4.9	15	11.5	3	3.8	5	4.5	29	6.0
ตำบลช้างม่อย	7	4.3	1	0.8	-	-	20	18.2	28	5.8
ตำบลฟ้าฮ่าม	2	1.2	11	8.5	-	-	6	31.6	19	4.0
ตำบลท่าศาลา	3	1.9	-	-	-	-	8	7.3	11	2.3
ตำบลวัดเกต	7	4.3	-	-	-	-	3	2.7	10	2.1
ตำบลหนองป่าครั่ง	8	4.9	-	-	-	-	-	-	8	1.7
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 14 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการตำบลที่ตั้งคอนโดมิเนียมและ รายได้ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความต้องการให้โครงการคอนโดมิเนียม ตั้งอยู่ที่ตำบลสุเทพ ร้อยละ 32.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในตำบลสุเทพ ร้อยละ 42.6 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการที่ตั้งอยู่ในตำบลสุเทพ ร้อยละ 42.3 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการที่ตั้ง อยู่ในตำบลช้างคลาน ร้อยละ 65.4 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการที่ตั้งอยู่ใน ตำบลช้างคลาน ร้อยละ 36.4 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท ต้องการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในตำบลสุเทพ สำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 15,001 บาท ต้องการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในตำบลช้างคลาน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการขนาดพื้นที่ที่อยู่และอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 30 ตรม.	18	15.0	7	5.8	42	35.0	32	26.7	99	20.6
30 - 45 ตรม.	41	32.2	44	36.7	50	41.7	33	27.5	168	35.0
41 - 60 ตรม.	48	40.0	52	43.3	26	21.7	34	28.3	160	33.3
มากกว่า 60 ตรม.	13	10.8	17	14.2	2	1.7	21	17.5	53	11.0
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 15 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการขนาดพื้นที่ที่อยู่ และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการขนาดพื้นที่ที่อยู่ 30-45 ตารางเมตร (ตรม.) โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนต้องการขนาดพื้นที่ที่อยู่ 41-60 ตรม. ร้อยละ 40.0 กลุ่มข้าราชการ ต้องการพื้นที่ที่อยู่ 41-60 ตรม. ร้อยละ 43.3 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการพื้นที่ที่อยู่ 30-45 ตรม. ร้อยละ 41.7 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการพื้นที่ที่อยู่ 41-60 ตรม. ร้อยละ 28.3 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีขนาดพื้นที่ที่อยู่ 41-60 ตรม. สำหรับกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการคอนโดมิเนียมที่มีขนาดพื้นที่ที่อยู่ 30-45 ตรม.

ตารางที่ 16 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการขนาดพื้นที่ต่อยูนิตและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 30 ตรม.	47	39.8	31	19.0	19	10.0	2	22.2	99	20.6
30 - 45 ตรม.	39	33.1	63	38.7	66	34.7	-	-	168	35.0
41 - 60 ตรม.	20	16.9	59	36.2	79	41.6	2	22.2	160	33.3
มากกว่า 60 ตรม.	12	10.2	10	6.1	26	13.7	5	55.6	53	11.0
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 16 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการขนาดพื้นที่ต่อยูนิตและระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการขนาดพื้นที่ต่อยูนิต 30-45 ตรม. ร้อยละ 35.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการพื้นที่ขนาดต่ำกว่า 30 ตรม. ร้อยละ 39.8 กลุ่มระดับการศึกษาปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการขนาดพื้นที่ 30-45 ตรม. ร้อยละ 38.7 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการพื้นที่ขนาด 41-60 ตรม. ร้อยละ 41.6 และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการพื้นที่ขนาดมากกว่า 60 ตรม. ร้อยละ 55.6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีขนาดพื้นที่ ต่ำกว่า 30 ตรม. กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการขนาดพื้นที่ 30-45 ตรม. กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีต้องการ ต้องการขนาดพื้นที่ 41-60 ตรม. กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต้องการขนาดพื้นที่มากกว่า 60 ตรม.

ตารางที่ 17 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการขนาดพื้นที่ที่อยู่และรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000-15,000บาท		15,001-20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	N	%
ต่ำกว่า 30 ตรม.	17	10.5	15	11.5	19	24.4	48	43.6	99	20.6
30 - 45 ตรม.	84	51.9	49	37.7	23	29.5	12	10.9	168	35.0
41 - 60 ตรม.	48	29.6	49	37.7	33	42.3	30	27.3	160	33.3
มากกว่า 60 ตรม.	13	8.0	17	13.1	3	3.8	20	18.2	53	11.0
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 17 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการขนาดพื้นที่ที่อยู่และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีขนาดพื้นที่ที่อยู่ 30-45 ตรม. ร้อยละ 35.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการขนาดพื้นที่ 30-45 ตรม. ร้อยละ 51.9 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการขนาดพื้นที่ 30-45 ตรม. และขนาดพื้นที่ 41-60 ตรม. ร้อยละ 37.7 เท่ากัน กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการขนาดพื้นที่ 41-60 ตรม. ร้อยละ 42.3 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการพื้นที่ ต่ำกว่า 30 ตรม. ร้อยละ 43.6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทและกลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท บางส่วนต้องการคอนโดมิเนียมที่มีขนาดพื้นที่ 30-45 ตรม. สำหรับกลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาทบางส่วนและกลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการขนาดพื้นที่ 41-60 ตรม. และสำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการพื้นที่ขนาดต่ำกว่า 30 ตรม.

ตารางที่ 18 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชั้นของ
คอนโดมิเนียม และอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ-กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
10 - 15 ชั้น	63	44.2	61	50.8	34	28.3	53	44.2	201	41.9
ต่ำกว่า 10 ชั้น	55	45.8	45	37.5	61	50.8	32	26.7	193	40.2
มากกว่า 15 ชั้น	12	10.0	14	11.7	25	20.8	35	29.2	86	17.9
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 18 จากการศึกษาเกี่ยวกับ ความต้องการจำนวนชั้นของคอนโดมิเนียมและอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนชั้น 10-15 ชั้น ร้อยละ 41.9 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนชั้น 10 ชั้น ร้อยละ 45.8 กลุ่มข้าราชการต้องการจำนวน 10-15 ชั้น ร้อยละ 50.8 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการจำนวนต่ำกว่า 10 ชั้น ร้อยละ 50.8 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการ 10-15 ชั้น ร้อยละ 44.2 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนต่ำกว่า 10 ชั้น สำหรับกลุ่มข้าราชการและกลุ่มเจ้าของกิจการต้องการจำนวน 10-15 ชั้น

ตารางที่ 19 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชั้นของคนโตมิเนียม และระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
10 - 15 ชั้น	48	40.7	53	32.5	94	49.5	6	66.7	201	41.9
ต่ำกว่า 10 ชั้น	39	33.1	78	47.9	74	38.9	2	22.2	193	40.2
มากกว่า 15 ชั้น	31	26.3	32	19.6	22	11.6	1	11.1	86	17.9
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 19 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนชั้นของคนโตมิเนียม และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคนโตมิเนียมที่มีจำนวนชั้น 10-15 ชั้น ร้อยละ 41.9 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญาต้องการคนโตมิเนียมที่มีจำนวนชั้น 10-15 ชั้น ร้อยละ 40.7 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวนชั้นต่ำกว่า 10 ชั้น ร้อยละ 47.9 กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรีต้องการจำนวนชั้น 10-15 ชั้น ร้อยละ 49.5 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการจำนวนชั้น 10-15 ชั้น ร้อยละ 66.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีและกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการคนโตมิเนียมที่มีจำนวนชั้น 10-15 ชั้น สำหรับกลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวนชั้น ต่ำกว่า 10 ชั้น

ตารางที่ 20 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชั้นของ
คอนโดมิเนียม และรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
10 - 15 ชั้น	53	32.7	71	54.6	44	56.4	33	30.0	201	41.9
ต่ำกว่า 10 ชั้น	94	58.0	48	36.9	20	25.6	31	28.2	193	40.2
มากกว่า 15 ชั้น	15	9.3	11	8.5	14	17.9	46	41.8	86	17.9
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 20 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนชั้นของคอนโดมิเนียมและ
รายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความต้องการคอนโดมิเนียมที่
มีจำนวนชั้น 10-15 ชั้น ร้อยละ 41.9 โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการจำนวน
ต่ำกว่า 10 ชั้น ร้อยละ 58.0 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการจำนวนชั้น 10-15
ชั้น ร้อยละ 54.6 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการจำนวนชั้น 10-15 ชั้น ร้อยละ
56.4 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการจำนวนชั้น มากกว่า 15 ชั้น ร้อยละ 41.8
จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการ
คอนโดมิเนียมที่มีจำนวนชั้นต่ำกว่า 10 ชั้น สำหรับกลุ่มรายได้ 10,000-20,000 บาท ต้องการ
จำนวนชั้น 10-15 ชั้น และสำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการจำนวนชั้นมากกว่า
15 ชั้น

ตารางที่ 21 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนยูนิตในแต่ละชั้นของคอนโดมิเนียมและอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ-กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
จำนวนยูนิตในแต่ละชั้นของคอนโดมิเนียม										
10 - 20 ยูนิต	66	55.0	80	66.7	46	38.3	46	38.3	238	49.6
ต่ำกว่า 10 ยูนิต	41	34.2	25	20.8	60	50.0	48	40.0	174	36.3
มากกว่า 20 ยูนิต	13	10.8	15	12.5	14	11.7	26	21.7	68	14.2
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 21 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนยูนิตในแต่ละชั้นของคอนโดมิเนียมและอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนยูนิตในแต่ละชั้น 10-20 ยูนิต ร้อยละ 49.6 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการ 10-20 ยูนิต ร้อยละ 55.0 กลุ่มข้าราชการ ต้องการ 10-20 ยูนิต ร้อยละ 66.7 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการ ต่ำกว่า 10 ยูนิต ร้อยละ 50.0 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการต่ำกว่า 10 ยูนิต ร้อยละ 40.0 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มข้าราชการ ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนยูนิตในแต่ละชั้น 10-20 ยูนิต สำหรับกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจและกลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการต่ำกว่า 10 ยูนิตในแต่ละชั้น

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนยูนิตในแต่ละชั้นของคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
จำนวนยูนิตในแต่ละชั้น ของคอนโดมิเนียม										
10 - 20 ยูนิต	47	39.8	93	57.1	96	50.5	2	22.2	238	49.6
ต่ำกว่า 10 ยูนิต	33	28.0	53	32.5	83	43.7	5	55.6	174	36.3
มากกว่า 20 ยูนิต	38	32.2	17	10.4	11	5.8	2	22.2	68	14.2
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 22 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนยูนิตในแต่ละชั้น และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนยูนิตในแต่ละชั้น 10-20 ยูนิต ร้อยละ 49.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวน 10-20 ยูนิต ร้อยละ 39.8 กลุ่มระดับการศึกษาปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวน 10-20 ยูนิต ร้อยละ 57.1 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีต้องการจำนวน 10-20 ยูนิต ร้อยละ 50.5 กลุ่มระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการจำนวนต่ำกว่า 10 ยูนิต ร้อยละ 55.6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 10-20 ยูนิตในแต่ละชั้น สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต้องการจำนวนต่ำกว่า 10 ยูนิตในแต่ละชั้น

ตารางที่ 23 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนยูนิตในแต่ละชั้นของคน โดมิเนียมและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000-15,000บาท		15,001-20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
จำนวนยูนิตในแต่ละชั้นของโครงการ										
10 - 20 ยูนิต	85	52.5	62	47.7	54	69.2	37	33.6	238	49.6
ต่ำกว่า 10 ยูนิต	61	37.7	60	46.2	17	21.8	36	32.7	174	36.3
มากกว่า 20 ยูนิต	14	9.9	8	6.2	7	9.0	37	33.6	68	14.2
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 23 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนยูนิตในแต่ละชั้น และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 10-20 ยูนิตในแต่ละชั้น ร้อยละ 49.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการจำนวน 10-20 ยูนิต ร้อยละ 52.5 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการ 10-20 ยูนิต ร้อยละ 47.7 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการ 10-20 ยูนิต ร้อยละ 69.2 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการ 10-20 ยูนิตและมากกว่า 20 ยูนิต ร้อยละ 33.6 เท่ากัน จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาทบางส่วนต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 10-20 ยูนิต ในแต่ละชั้น สำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาทบางส่วน ต้องการจำนวนมากกว่า 20 ยูนิตในแต่ละชั้น

ตารางที่ 24 อัตราส่วน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวน ห้องนอนต่อยูนิตของคอนโดมิเนียมและอาชีพ

อาชีพ จำนวนห้องนอนต่อยูนิต ของคอนโดมิเนียม	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
2 ห้องนอน	76	63.3	82	68.3	67	55.8	96	80.0	321	66.9
3 ห้องนอน	13	10.8	24	20.0	29	24.2	14	11.7	80	16.7
1 ห้องนอน	31	25.8	14	11.7	24	20.0	10	8.3	79	16.5
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 24 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนห้องนอนต่อยูนิต และอาชีพของ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 2 ห้องนอน ต่อยูนิต ร้อยละ 66.9 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 63.3 กลุ่มข้าราชการ ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 68.3 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 55.8 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 80.0 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ ต้องการคอนโดมิเนียม ที่มีจำนวน 2 ห้องนอนต่อยูนิต

ตารางที่ 25 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องนอนต่อยูนิตของคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
2 ห้องนอน	86	72.9	107	65.6	120	63.2	8	88.9	321	66.9
3 ห้องนอน	12	10.2	27	16.6	40	21.1	1	11.1	80	16.7
1 ห้องนอน	20	16.9	29	17.8	30	15.8	-	-	79	16.5
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 25 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนห้องนอนต่อยูนิต และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 2 ห้องนอนต่อยูนิต ร้อยละ 66.9 โดยกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปวส.หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 72.9 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส.หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 65.6 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 63.2 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 88.9 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษา ต้องการคอนโดมิเนียมจำนวน 2 ห้องนอนต่อยูนิต

ตารางที่ 26 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องนอนต่อยูนิตของคอนโดมิเนียมและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
2 ห้องนอน	104	64.2	79	60.8	57	73.1	81	73.6	321	66.9
3 ห้องนอน	32	19.8	18	13.8	8	10.3	22	20.0	80	16.7
1 ห้องนอน	26	16.0	33	25.4	13	16.7	7	6.4	79	16.5
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 26 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนห้องนอนต่อยูนิต และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 2 ห้องนอนต่อยูนิต ร้อยละ 66.9 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 64.2 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 60.8 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 73.1 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการจำนวน 2 ห้องนอน ร้อยละ 73.6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต้องการคอนโดมิเนียมจำนวน 2 ห้องนอนต่อยูนิต

ตารางที่ 27 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องน้ำ
ต่อยูนิตของคอนโดมิเนียมและอาชีพ

อาชีพ จำนวนห้องน้ำ ต่อยูนิต ของคอนโดมิเนียม	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
2 ห้องน้ำ	78	65.0	87	72.5	63	52.5	69	57.5	297	61.9
1 ห้องน้ำ	42	35.0	33	27.5	57	47.5	51	42.5	183	38.1
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 27 จากการศึกษา เกี่ยวกับ ความต้องการจำนวนห้องน้ำต่อยูนิต และอาชีพ
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนห้องน้ำ
ต่อยูนิต 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 61.9 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ
65.0 กลุ่มข้าราชการ ต้องการจำนวน 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 72.5 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ
ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 52.5 กลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 57.5
จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพต้องการคอนโดมิเนียมที่มี จำนวน 2
ห้องน้ำต่อยูนิต

ตารางที่ 28 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องน้ำ
ต่อยูนิตของคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา จำนวนห้องน้ำต่อยูนิต ของคอนโดมิเนียม	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
2 ห้องน้ำ	37	31.4	105	66.3	149	78.4	6	44.4	297	61.9
1 ห้องน้ำ	81	68.6	58	35.6	41	21.6	3	33.3	183	38.1
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 28 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนห้องน้ำต่อยูนิต และระดับการศึกษา ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 2 ห้องน้ำต่อยูนิต ร้อยละ 61.9 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวนห้องน้ำ 1 ห้อง ร้อยละ 68.6 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 66.3 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 78.4 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 44.4 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปวส. หรืออนุปริญญาต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 1 ห้องน้ำต่อยูนิต สำหรับกลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 2 ห้องน้ำต่อยูนิต

ตารางที่ 29 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องน้ำ
ต่อยูนิตของคอนโดมิเนียมและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
2 ห้องน้ำ	100	61.7	79	60.8	51	65.4	67	60.9	297	61.9
1 ห้องน้ำ	62	38.3	51	39.2	27	34.6	43	39.1	183	38.1
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 29 จากการศึกษา เกี่ยวกับ ความต้องการจำนวนห้องน้ำต่อยูนิต และรายได้
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 2
ห้องน้ำ ร้อยละ 61.9 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการ
2 ห้องน้ำ ร้อยละ 61.7 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 60.8
กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 60.9 กลุ่มรายได้มากกว่า
20,000 บาท ต้องการจำนวน 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 60.9 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีจำนวน 2 ห้องน้ำต่อยูนิต

ตารางที่ 30 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในคอนโดมิเนียมและอาชีพ

อาชีพ สิ่งอำนวยความสะดวก ในคอนโดมิเนียม	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
โทรทัศน์สายตรง	104	12.9	93	11.3	91	10.7	89	14.0	377	12.1
ยามรักษาความปลอดภัย	102	12.6	98	11.9	81	9.6	85	13.4	366	11.7
ลานจอดรถที่เพียงพอ	103	12.7	101	12.3	81	9.6	81	12.8	365	11.7
ร้านซักอบรีด	90	11.1	90	10.9	108	12.7	69	10.9	357	11.5
ร้านอาหาร	90	11.1	89	10.8	90	10.6	78	12.5	347	11.1
บริการทำความสะอาด	76	9.4	87	10.5	68	8.0	46	7.4	277	8.9
สวนหย่อม	64	7.9	71	8.6	80	9.4	36	5.7	251	8.1
คลินิกรักษาพยาบาล	49	6.1	50	6.1	71	8.3	49	7.9	218	7.0
ร้านเสริมสวยหรือร้าน ตัดผม	55	6.8	58	7.0	69	8.1	27	4.3	208	6.7
สนามเด็กเล่น	40	5.0	57	6.9	59	7.0	51	8.0	207	6.6
สถานรับเลี้ยงเด็กก่อน	35	4.3	31	3.8	51	6.0	23	3.6	140	4.5
รวม	808	100.0	825	100.0	848	100.0	634	100.0	3113	100.0

ตารางที่ 30 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก และอาชีพของกลุ่มลูกค้ำเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีโทรทัศน์สายตรง ร้อยละ 12.1 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการโทรทัศน์สายตรง ร้อยละ 12.9 กลุ่มข้าราชการต้องการลานจอดรถ ร้อยละ 12.3 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการร้านซักอบรีด ร้อยละ 12.7 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการยามรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 14.0 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโทรทัศน์สายตรง กลุ่มข้าราชการต้องการลานจอดรถ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการร้านซักอบรีด

ตารางที่ 31 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
สิ่งอำนวยความสะดวก ในคอนโดมิเนียม										
โทรศัพท์สายตรง	69	11.1	133	12.4	167	12.3	8	14.3	377	12.1
ลานจอดรถที่เพียงพอ	59	9.5	130	12.1	170	12.5	7	12.5	365	11.7
ยามรักษาความปลอดภัย	64	10.3	135	12.5	160	11.8	7	12.5	366	11.7
ร้านซักอบรีด	66	10.6	132	12.3	151	11.0	8	14.3	357	11.5
ร้านอาหาร	73	11.8	110	10.2	158	11.6	6	10.7	347	11.1
บริการทำความสะอาด	39	6.3	93	8.6	139	10.1	6	10.7	277	8.9
สวนหย่อม	59	9.5	82	7.6	106	7.8	4	7.1	251	8.1
คลินิกรักษาพยาบาล	56	9.0	77	7.1	82	6.0	3	5.4	218	7.0
ร้านเสริมสวยหรือร้าน ตัดผม	40	6.4	63	5.9	103	7.6	3	5.4	208	6.7
สนามเด็กเล่น	62	10.0	63	5.9	80	5.9	2	3.6	207	6.6
สถานรับเลี้ยงเด็กก่อน	34	5.5	57	5.3	47	3.4	2	3.4	140	4.5
รวม	621	100.0	1075	100.0	1363	100.0	56	100.0	3113	100.0

ตารางที่ 31 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและ ระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มี โทรศัพท์สายตรง ร้อยละ 12.1 โดยกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการร้านอาหาร ร้อยละ 11.8 กลุ่มระดับการศึกษาอนุปริญญาต้องการยามรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 12.5 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีต้องการลานจอดรถ ร้อยละ 12.5 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการร้านซักอบรีดและโทรศัพท์สายตรง ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 32 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในคอนโดมิเนียมและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
สิ่งอำนวยความสะดวก ในคอนโดมิเนียม										
โทรศัพท์สายตรง	125	12.7	116	13.0	64	11.6	72	10.4	377	12.1
ยามรักษาความปลอดภัย	128	13.0	97	10.9	62	11.2	79	11.4	366	11.7
ลานจอดรถที่เพียงพอ	118	12.0	109	12.2	64	11.6	74	10.7	365	11.7
ร้านซักอบรีด	117	11.9	101	11.4	64	11.6	75	10.9	357	11.5
ร้านอาหาร	103	10.5	101	11.4	58	10.5	85	12.3	347	11.1
บริการทำความสะอาด	88	8.9	95	10.7	47	8.5	47	6.8	277	8.9
สวนหย่อม	70	7.1	73	8.2	47	8.5	61	8.8	251	8.1
คลินิกรักษาพยาบาล	60	6.1	60	6.7	48	8.6	50	7.3	218	7.0
ร้านเสริมสวยหรือร้าน ตัดผม	65	6.6	64	7.2	39	7.0	41	5.9	208	6.7
สนามเด็กเล่น	58	5.9	37	4.2	43	7.8	69	10.0	207	6.6
สถานรับเลี้ยงเด็กอ่อน	52	5.2	35	3.9	16	2.9	37	5.4	140	4.5
รวม	984	100.0	888	100.0	552	100.0	690	100.0	3113	100.0

ตารางที่ 32 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีโทรศัพท์สายตรง ร้อยละ 12.1 โดยกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการยามรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 13.0 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการโทรศัพท์สายตรง ร้อยละ 13.0 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการลานจอดรถ ร้านซักอบรีด โทรศัพท์สายตรง ร้อยละ 11.6 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการยามรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 12.3

4.1.3 ลักษณะราคาของคอนโดมิเนียมที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ

ตารางที่ 33 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความต้องการระดับราคาของคอนโดมิเนียมและอาชีพ

ระดับราคา ของคอนโดมิเนียม	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 300,000 บาท	30	25.0	28	23.3	64	53.3	54	45.0	176	36.7
300,000-450,000	34	28.3	44	36.7	21	17.5	39	32.5	138	28.8
450,001-600,000	30	25.0	25	20.8	16	13.3	19	15.8	90	18.8
มากกว่า 600,000บาท	26	21.7	23	19.2	19	15.8	8	6.7	76	15.8
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	80	100.0

ตารางที่ 33 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการระดับราคาของคอนโดมิเนียม และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 36.7 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการราคา 300,000-450,000 บาท ร้อยละ 28.3 กลุ่มข้าราชการต้องการราคา 300,000-450,000 บาท ร้อยละ 36.7 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการราคา ต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 53.3 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการราคา ต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 45.0 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มข้าราชการ ต้องการคอนโดมิเนียมระดับราคา 300,000-450,000 บาท สำหรับกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจและกลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการคอนโดมิเนียมระดับราคา ต่ำกว่า 300,000 บาท

ตารางที่ 34 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการระดับราคาของคอนโทมิเนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ระดับราคาของ คอนโทมิเนียม	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 300,000 บาท	72	61.0	48	29.4	51	26.8	5	55.6	176	36.7
300,000-450,000	21	17.8	53	32.5	63	33.2	1	11.1	138	28.8
450,001-600,000	14	11.9	39	23.9	36	18.9	1	11.1	90	18.8
มากกว่า 600,000บาท	11	9.3	23	14.1	40	21.1	2	22.2	76	15.8
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 34 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการระดับราคาของคอนโทมิเนียม และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคอนโทมิเนียมที่มีระดับราคา ต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 36.7 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส.หรืออนุปริญญา ต้องการราคาต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 61.0 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส.หรืออนุปริญญา ต้องการราคา 300,000-450,000 บาท ร้อยละ 32.5 และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการราคา ต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 55.6 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปวส.หรืออนุปริญญาและกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการคอนโทมิเนียมที่มีระดับราคา ต่ำกว่า 300,000 บาท สำหรับกลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการระดับราคา 300,000-450,000 บาท

ตารางที่ 35 อัตราส่วน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการระดับราคา
ของคอนโดมิเนียมและรายได้

รายได้ ระดับราคาของ คอนโดมิเนียม	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 300,000 บาท	52	32.1	36	27.7	23	29.5	65	59.1	176	36.7
300,000-450,000	58	35.8	45	34.6	31	39.7	4	3.6	138	28.8
450,001-600,000	27	30.0	27	30.0	9	11.5	27	24.5	90	18.8
มากกว่า 600,000บาท	25	15.4	22	16.9	15	19.2	14	12.7	76	15.8
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 35 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการระดับราคาของคอนโดมิเนียมและ
รายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีระดับ
ราคาต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 36.7 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000
บาท ต้องการคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคา 300,000-450,000 บาท ร้อยละ 35.8 กลุ่มรายได้
10,000-15,000 บาท ต้องการราคา 300,000-450,000 บาท ร้อยละ 34.6 กลุ่มรายได้
15,001-20,000 บาท ต้องการราคา 300,000-450,000 บาท ร้อยละ 39.7 กลุ่มรายได้
มากกว่า 20,000 บาท ต้องการราคา ต่ำกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 59.1 จากข้อมูลดังกล่าว
แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท ต้องการคอนโดมิเนียมระดับ ราคา
300,000-450,000 บาท สำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการราคา ต่ำกว่า
300,000 บาท

ตารางที่ 36 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทความต้องการชำระเงิน และอาชีพ

ประเภทของการชำระเงิน	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
เงินเชื่อ	115	95.8	112	93.3	105	87.5	100	83.3	432	90.0
เงินสด	5	4.2	8	6.7	15	12.5	20	16.7	48	10.0
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 36 จากการศึกษา เกี่ยวกับประเภทความต้องการการชำระเงิน และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการชำระเงินค่าคอนโดมิเนียมเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 90.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 95.8 กลุ่มข้าราชการต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 93.3 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 87.5 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 83.3 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพต้องการชำระเงินค่าคอนโดมิเนียมเป็นเงินเชื่อ

ตารางที่ 37 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทความต้องการชำระเงิน และระดับการศึกษา

ประเภทของการ ชำระเงิน	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
เงินเชื่อ	109	92.4	146	89.6	171	90.0	8	66.7	432	90.0
เงินสด	9	7.6	17	10.4	19	10.0	3	33.3	48	10.0
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 37 จากการศึกษา เกี่ยวกับประเภทความต้องการชำระเงิน และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการชำระเงินค่าคอนโดมิเนียมเป็นเงินเชื่อร้อยละ 90.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 92.4 กลุ่มระดับการศึกษาปวส. หรืออนุปริญญาต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 89.6 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 90.0 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 66.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษา ต้องการชำระเงินค่าคอนโดมิเนียมเป็นเงินเชื่อ

ตารางที่ 38 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของความต้องการชำระเงินและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า		10,000-		15,001-		มากกว่า		รวม	
	10,000บาท		15,000บาท		20,000บาท		20,000บาท			
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ประเภทของการชำระเงิน										
เงินเชื่อ	147	90.7	124	95.4	74	94.9	87	79.1	432	90.0
เงินสด	15	9.3	6	4.6	4	5.1	23	20.9	48	10.0
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 38 จากการศึกษา เกี่ยวกับประเภทความต้องการชำระเงิน และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการชำระเงินค่าคอนโดมิเนียมเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 90.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการชำระความต้องการชำระเงินเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 90.7 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 95.4 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 94.9 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 79.1 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต้องการชำระเงินค่าคอนโดมิเนียมเป็นเงินเชื่อ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินจองคอน โดมิเนียม และอาชีพ

จำนวนเงินจอง คอน โดมิเนียม	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	27	22.5	14	11.7	41	34.2	38	31.7	120	25.0
5,000-10,000 บาท	70	58.3	65	54.2	37	30.8	46	38.3	218	45.4
มากกว่า 10,000บาท	23	19.2	41	34.2	42	35.0	36	30.0	142	29.6
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 39 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนเงินจอง และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการวางเงินจองคอน โดมิเนียม 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 45.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการวางเงินจอง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 58.3 กลุ่มข้าราชการ ต้องการวางเงินจอง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 54.2 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการวางเงินจอง มากกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 35.0 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการวางเงินจอง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 38.3 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการวางเงินจองคอน โดมิเนียมระหว่าง 5,000-10,000 บาท สำหรับกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการวางเงินจองมากกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินจูงคอนโตมิเนียม และระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	41	34.7	31	19.0	47	24.7	1	11.1	120	25.0
5,000-10,000 บาท	29	24.6	93	57.1	90	47.4	4	66.7	218	45.4
มากกว่า 10,000บาท	48	40.7	39	23.9	53	27.9	2	22.2	142	29.6
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 40 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนเงินจูงและระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการวางเงินจูงคอนโตมิเนียมระหว่าง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 45.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการวางเงินจูง มากกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 40.7 กลุ่มระดับการศึกษาปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการวางเงินจูง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 57.1 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการวางเงินจูง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 47.4 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการวางเงินจูง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 66.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการวางเงินจูงคอนโตมิเนียม มากกว่า 10,000 บาท สำหรับกลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี ต้องการวางเงินจูงคอนโตมิเนียม จำนวน 5,000-10,000 บาท

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินจูงใจของคอน โดมิเนียม และรายได้

รายได้	ต่ำกว่า		10,000-		15,001-		มากกว่า		รวม	
	10,000บาท		15,000บาท		20,000บาท		20,000บาท			
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	36	22.2	40	30.8	19	24.4	25	22.7	120	25.0
5,000-10,000 บาท	92	56.8	60	46.2	24	30.8	42	38.2	218	45.4
มากกว่า 10,000บาท	34	21.0	30	23.1	35	44.9	43	39.1	142	29.6
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 41 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนเงินจูงใจของคอน โดมิเนียม และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการวางเงินจูงใจของคอน โดมิเนียมจำนวน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 45.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการวางเงินจูงใจจำนวน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 56.8 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการวางเงินจูงใจ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 46.2 รายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการวางเงินจูงใจ มากกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 44.9 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการวางเงินจูงใจมากกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 39.1 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท ต้องการวางเงินจูงใจของคอน โดมิเนียมจำนวน 5,000-10,000 บาท สำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 15,001 บาท ต้องการวางเงินจูงใจมากกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 42 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงินเดือนของ
คอนโดมิเนียมและอาชีวะ

อาชีพ การชำระเงินเดือน ของคอนโดมิเนียม	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 10 %	19	15.8	13	10.8	35	29.2	32	26.7	99	20.6
10-15 %	49	40.8	49	40.8	25	20.8	24	20.0	147	30.6
16-20 %	31	25.8	45	37.5	24	20.0	40	33.3	140	29.2
มากกว่า 20 %	21	17.5	13	10.8	36	30.0	24	20.0	94	19.6
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 42 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการชำระเงินเดือนของคอนโดมิเนียม
และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการชำระเงินเดือน
คอนโดมิเนียม จำนวน 10-15 % ร้อยละ 30.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน
ต้องการชำระเงินเดือน 10-15 % ร้อยละ 40.8 กลุ่มข้าราชการต้องการชำระเงินเดือน
10-15 % ร้อยละ 40.8 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการชำระเงินเดือนมากกว่า 20 % ร้อยละ
30.0 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการชำระเงินเดือน 16-20 % ร้อยละ 33.3 จากข้อมูลดังกล่าว
แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มข้าราชการต้องการชำระเงินเดือน
10-15 % สำหรับกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการชำระเงินเดือนมากกว่า 20 % และกลุ่ม
เจ้าของกิจการต้องการชำระเงินเดือน 16-20 %

ตารางที่ 43 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงิิตาวนัของ
คอน โดมิ เนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา การชำระเงิิตาวนั ของคอน โดมิ เนียม	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 10 %	42	35.6	35	21.5	20	10.5	2	22.2	99	20.6
10-15 %	19	16.1	53	32.5	72	37.9	3	33.3	147	30.6
16-20 %	26	22.0	47	28.8	65	34.2	2	22.2	140	29.2
มากกว่า 20 %	31	26.3	28	17.2	33	17.4	2	22.2	94	19.6
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 43 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการชำระเงิิตาวนั และระดับการศึกษา
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการชำระเงิิตาวนัคอน โดมิ เนียม
10-15 % ร้อยละ 30.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปวส. หรืออนุปริญญา
ต้องการชำระเงิิตาวนั ต่ำกว่า 10 % ร้อยละ 35.6 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา
ต้องการชำระเงิิตาวนั 10-15 % ร้อยละ 32.5 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการชำระ
เงิิตาวนั 10-15% ร้อยละ 37.9 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต้องการชำระเงิิตาวนั
10-15 % ร้อยละ 33.3 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาปวส.
หรืออนุปริญญา ต้องการชำระเงิิตาวนัคอน โดมิ เนียมต่ำกว่า 10 % สำหรับกลุ่มระดับการศึกษา
ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี ต้องการชำระเงิิตาวนั 10-15 %

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงินค่าตัวและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า		10,000-		15,001-		มากกว่า		รวม	
	10,000บาท		15,000บาท		20,000บาท		20,000บาท			
การชำระเงินค่าตัว ของคอนโดมิเนียม	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ต่ำกว่า 10 %	27	16.7	18	13.8	13	16.7	41	37.3	99	20.6
10-15 %	56	34.6	48	36.9	28	35.9	15	13.6	147	30.4
16-20 %	55	34.0	37	28.5	19	24.4	29	26.4	140	29.2
มากกว่า 20 %	24	14.8	27	20.8	18	23.1	25	22.7	94	19.6
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 44 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการชำระเงินค่าตัวของคอนโดมิเนียมที่สม และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการชำระเงินค่าตัว คอนโดมิเนียม 10-15 % ร้อยละ 30.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการชำระเงินค่าตัว 10-15 % ร้อยละ 34.6 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการชำระเงินค่าตัว 10-15 % ร้อยละ 36.9 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการชำระเงินค่าตัว 10-15 % ร้อยละ 35.9 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการชำระเงินค่าตัวต่ำกว่า 10 % ร้อยละ 37.3 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท ต้องการชำระเงินค่าตัวคอนโดมิเนียม 10-15 % สำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการชำระเงินค่าตัวต่ำกว่า 10 %

ตารางที่ 45 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนเงินผ่อนต่อเดือน และอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		รวม	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	N	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	49	40.8	37	30.8	44	36.7	43	35.8	173	36.0
5,000-10,000 บาท	33	27.5	54	45.0	30	25.0	21	17.5	138	28.8
10,001-15,000 บาท	28	23.3	11	9.2	22	18.3	12	10.0	73	15.2
มากกว่า 15,000 บาท	10	8.3	18	15.0	24	20.0	44	36.7	96	20.0
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 45 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการชำระเงินผ่อนคอนโดมิเนียมต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 36.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 40.8 กลุ่มข้าราชการ ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 45.0 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 36.7 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 36.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท สำหรับกลุ่มข้าราชการต้องการเงินผ่อนต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และกลุ่มเจ้าของกิจการต้องการเงินผ่อนต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	45	38.1	80	49.1	43	22.6	5	55.6	173	36.0
5,000-10,000 บาท	22	18.6	38	23.3	77	40.5	1	11.1	138	28.8
10,001-15,000 บาท	8	6.8	23	14.1	40	21.1	2	22.2	73	15.2
มากกว่า 15,000 บาท	43	36.4	22	13.5	30	15.8	1	11.1	96	20.0
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 46 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการเงินผ่อนตอน โคมิ เนียม ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 36.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 38.1 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 49.1 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน 5,000 -10,000 บาท ร้อยละ 40.5 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 55.6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการเงินผ่อนต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนและ รายได้

รายได้ จำนวนเงินผ่อน ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	84	51.9	47	36.2	19	24.4	23	20.9	173	36.0
5,000-10,000 บาท	55	34.0	33	25.4	33	42.3	17	15.5	138	28.8
10,001-15,000 บาท	7	4.3	31	23.8	23	29.5	12	10.9	73	15.2
มากกว่า 15,000 บาท	16	9.9	19	14.5	3	3.8	58	52.7	96	20.0
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 47 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนและรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ต้องการจำนวนเงินผ่อนค่อน โทมิเนียมต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 36.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 51.9 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 36.2 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 42.3 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการเงินผ่อนต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 52.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท สำหรับกลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระ และอาชีพ

อาชีพ จำนวนปีที่ต้องการ ผ่อนชำระ	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	N	%
ต่ำกว่า 5 ปี	21	17.5	18	15.0	35	29.2	42	35.0	116	24.2
5 - 10 ปี	37	30.8	21	17.5	36	30.0	27	22.5	121	25.2
11 - 15 ปี	37	30.8	49	40.8	22	18.3	46	38.3	154	32.1
มากกว่า 15 ปี	25	20.8	32	26.7	27	22.5	5	4.2	89	18.5
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 48 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระและอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการผ่อนชำระเป็นเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 32.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการผ่อนชำระเป็นเวลา 5-10 ปี และ 11-15 ปี ร้อยละ 30.8 ในอัตราส่วนเท่ากัน กลุ่มข้าราชการต้องการผ่อนชำระเป็นเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 40.8 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการผ่อนชำระ 5-10 ปี ร้อยละ 30.0 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการผ่อนชำระ 11-15 ปี ร้อยละ 38.3 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนบางส่วนและกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการผ่อนชำระเป็นเวลา 5-10 ปี สำหรับกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนบางส่วน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการผ่อนชำระเป็นระยะเวลา 11-15 ปี

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระ และระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	N	%
จำนวนปีที่ต้องการ ผ่อนชำระ										
ต่ำกว่า 5 ปี	57	48.3	22	13.5	36	18.9	1	11.1	116	24.2
5 - 10 ปี	10	8.5	55	33.7	54	28.4	2	22.2	121	25.2
11 - 15 ปี	30	25.4	50	30.7	72	37.9	2	22.2	154	32.1
มากกว่า 15 ปี	21	17.8	36	22.1	28	14.7	4	44.4	89	18.5
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 49 จากการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระ และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการผ่อนชำระเป็นเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 32.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการผ่อนชำระเป็นเวลาต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 48.3 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการผ่อนเป็นเวลา 5-10 ปี ร้อยละ 33.7 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ต้องการผ่อนชำระ 11-15 ปี ร้อยละ 37.9 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต้องการผ่อนชำระ มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 44.4 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามถ้ามีระดับการศึกษาสูงขึ้น ต้องการผ่อนชำระเป็นระยะเวลายาวมากขึ้น

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระ และรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000-15,000บาท		15,001-20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ต่ำกว่า 5 ปี	32	19.8	22	16.9	5	6.4	57	51.8	116	24.2
5 - 10 ปี	36	22.2	40	30.8	22	28.2	23	20.9	121	25.2
11 - 15 ปี	43	26.5	55	42.3	37	47.4	19	17.3	154	32.1
มากกว่า 15 ปี	51	31.5	13	10.0	14	17.9	11	10.0	89	18.5
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 50 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระและรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการผ่อนชำระเป็นเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 32.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการผ่อนชำระมากกว่า 15 ปี ร้อยละ 31.5 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการผ่อนชำระเป็นเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 42.3 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการผ่อนชำระ 11-15 ปี ร้อยละ 47.4 กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระต่ำกว่า 5 ปี จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงขึ้นต้องการผ่อนชำระเป็นเวลาสั้นลง

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ต้องการ และอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ต่ำกว่า 300 บาท	24	20.0	34	28.3	41	34.2	16	13.3	115	24.0
301 - 600 บาท	69	57.5	56	46.7	37	30.8	40	33.3	202	42.1
601 - 900 บาท	9	7.5	15	12.5	8	6.7	26	21.7	58	12.1
มากกว่า 900 บาท	18	15.0	15	12.5	34	28.3	38	31.7	105	21.9
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 51 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายส่วนกลาง และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลาง เดือนละ 301-600 บาท ร้อยละ 42.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางเดือนละ 301-600 บาท ร้อยละ 57.5 กลุ่มข้าราชการต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท ร้อยละ 46.7 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน ต่ำกว่า 300 บาท ร้อยละ 34.2 กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท ร้อยละ 33.3 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มข้าราชการ กลุ่มเจ้าของกิจการต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท สำหรับกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน ต่ำกว่า 300 บาท

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ต้องการ และระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	N	%
ต่ำกว่า 300 บาท	36	30.5	27	16.6	50	26.3	2	22.2	115	24.0
301 - 600 บาท	30	25.4	89	54.6	81	42.6	2	22.2	202	42.1
601 - 900 บาท	5	4.2	20	12.3	28	14.7	5	55.6	58	12.1
มากกว่า 900 บาท	47	39.8	27	16.6	31	16.3	-	-	105	21.9
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 52 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือนและระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท ร้อยละ 42.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือนมากกว่า 900 บาท กลุ่มระดับการศึกษาปวส. หรืออนุปริญญาต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท ร้อยละ 54.6 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-500 บาท ร้อยละ 42.6 กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 601-900 บาท ร้อยละ 55.6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน มากกว่า 900 บาท กลุ่มระดับการศึกษาปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี ต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 601-900 บาท

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ต้องการ และรายได้

รายได้ ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	N	%
ต่ำกว่า 300 บาท	34	21.0	25	19.2	49	62.8	7	6.4	115	24.0
301 - 600 บาท	86	53.1	58	44.6	24	30.8	34	30.9	202	42.1
601 - 900 บาท	18	11.1	16	12.3	2	2.6	22	20.0	58	12.1
มากกว่า 900 บาท	24	14.8	31	23.8	3	3.8	47	42.7	105	21.9
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 53 จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือนและรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท ร้อยละ 42.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการค่าใช้จ่ายต่อเดือน 301-600 บาท ร้อยละ 53.1 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท ต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท ร้อยละ 44.6 กลุ่มรายได้ 15,000-20,000 บาท ต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน มากกว่า 900 บาท ร้อยละ 42.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท ต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน 301-600 บาท กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน ต่ำกว่า 300 บาท สำหรับกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือนมากกว่า 900 บาท

4.1.4. ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการและอาชีพ

อาชีพ ผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการ	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็น เจ้าของ	107	89.2	110	91.7	105	87.5	116	96.7	438	91.3
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็น ตัวแทน	13	10.8	10	8.3	15	12.5	4	3.3	42	8.8
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 54 จากการศึกษา เกี่ยวกับผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการ และอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการมากที่สุด ร้อยละ 91.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานเอกชน ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 89.2 กลุ่มข้าราชการ ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 87.5 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 87.5 และกลุ่มเจ้าของกิจการ ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 96.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้จัดจำหน่ายที่โครงการและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการ										
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็น เจ้าของ	105	89.0	153	93.9	171	90.0	9	100.0	438	91.3
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็น ตัวแทน	13	11.0	10	6.1	19	10.0	-	-	42	8.8
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 55 จากการศึกษา เกี่ยวกับ ผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการ และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 91.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 89.0 ระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 93.9 ระดับปริญญาตรีต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 90.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 100.0 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการและ รายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็น เจ้าของ	149	92.0	109	83.8	77	98.7	103	93.6	438	91.3
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็น ตัวแทน	13	8.0	21	16.2	1	1.3	7	6.4	42	8.8
รวม	162	100.0	130	100.0	78	16.3	110	22.9	480	100.0

ตารางที่ 56 จากการศึกษาเกี่ยวกับผู้จัดจำหน่ายโครงการที่ต้องการ และ รายได้ของ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 91.3 โดยกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10.000 บาท ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 92.0 กลุ่มรายได้ 10,000-15.000 บาท ต้องการผู้จัดจำหน่าย ที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 83.8 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาทต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 98.7 และกลุ่มรายได้ มากกว่า 20,000 บาท ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ ร้อยละ 93.6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าทุกกลุ่มระดับ การศึกษา ต้องการผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการ

ตารางที่ 57 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ต้องการติดต่อซื้อ
คอน โอมิ เนียมและอาชีฟ

อาชีฟ สถานที่ที่ต้องการ ติดต่อซื้อคอน โอมิ เนียม	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
ที่ตั้ง โครงการ	98	81.7	88	73.3	93	77.5	94	78.3	373	77.7
บูธขายโครงการ	12	10.0	21	17.5	19	15.8	17	14.2	69	14.4
สำนักงานขาย	10	8.3	11	9.2	8	6.7	9	7.5	38	7.9
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 57 จากการศึกษาเกี่ยวกับสถานที่ที่ต้องการติดต่อซื้อคอน โอมิ เนียมและ อาชีฟ
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการซื้อคอน โอมิ เนียม ณ สถานที่ตั้ง
ร้อยละ 77.7 โดยเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง
คอน โอมิ เนียม ร้อยละ 81.7 กลุ่มข้าราชการต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 73.3 กลุ่ม
พนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 77.5 และกลุ่มเจ้าของกิจการต้องการซื้อ
ณ สถานที่ตั้งคอน โอมิ เนียม ร้อยละ 78.3 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม
อาชีฟ ต้องการซื้อคอน โอมิ เนียม ณ สถานที่ตั้งคอน โอมิ เนียม

ตารางที่ 58 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ต้องการติดต่อซื้อ
คอน โอมิ เนียมและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ที่ตั้งโครงการ ติดต่อซื้อคอน โอมิ เนียม										
ที่ตั้ง โครงการ	95	80.5	136	83.4	136	71.6	6	66.7	373	77.7
บุธชายโครงการ	14	13.6	21	12.9	29	15.3	3	33.3	69	14.4
สำนักงานชาย	7	5.9	6	3.7	25	13.2	-	-	38	7.9
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	1.9	480	100.0

ตารางที่ 58 จากการศึกษาเกี่ยวกับ สถานที่ที่ต้องการติดต่อซื้อคอน โอมิ เนียม และ
ระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการซื้อคอน โอมิ เนียม
ณ สถานที่ตั้งโครงการ ร้อยละ 77.7 โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส.
หรืออนุปริญญาต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 80.5 กลุ่มระดับ ปวส.หรืออนุปริญญาต้องการซื้อ
ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 83.4 กลุ่มระดับปริญญาตรีต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 71.6 และ
กลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 66.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาต้องการซื้อคอน โอมิ เนียม ณ สถานที่ตั้งคอน โอมิ เนียม

ตารางที่ 59 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ต้องการติดต่อซื้อคอนกรีตและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า		10,000-		15,001-		มากกว่า		รวม	
	10,000บาท		15,000บาท		20,000บาท		20,000บาท			
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ที่ตั้งโครงการ	129	79.6	87	66.9	71	91.0	86	78.2	373	77.7
บุธชายโครงการ	17	10.5	31	23.8	7	9.0	14	12.7	69	14.4
สำนักงานชาย	16	9.9	12	9.2	-	-	10	9.1	38	7.9
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	22.9	480	100.0

ตารางที่ 59 จากการศึกษา เกี่ยวกับ สถานที่ที่ต้องการติดต่อซื้อคอนกรีตและ รายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการซื้อคอนกรีตใน สถานที่ตั้ง โครงการมากที่สุด ร้อยละ 77.7 โดยกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 79.6 กลุ่มรายได้ตั้งแต่ 10,000-15,000 บาท ต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 66.9 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 91.0 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการซื้อ ณ สถานที่ตั้ง ร้อยละ 78.2 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ต้องการซื้อคอนกรีต ณ สถานที่ตั้งคอนกรีต

4.1.5. ลักษณะการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ

ตารางที่ 60 อัตราส่วน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลของโครงการ และอาชีพ

แหล่งข้อมูลของโครงการ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ-กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
เพื่อนหรือญาติที่เคยอยู่	61	28.4	67	36.6	56	23.3	71	34.5	255	30.2
สำรวจและสอบถามเอง	66	30.7	31	16.9	59	24.6	54	26.2	210	24.9
นิทรรศการ	28	13.0	39	21.3	49	20.4	29	14.1	145	17.2
โฆษณาใน นสพ., ทีวี	35	16.3	36	19.7	40	16.7	25	12.1	136	16.1
คำแนะนำของธนาคาร	25	11.6	10	5.5	36	15.0	27	13.1	98	11.6
รวม	215	100.0	183	100.0	240	100.0	206	100.0	844	100.0

ตารางที่ 60 จากการศึกษา เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลของโครงการ และอาชีพ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากทราบแหล่งข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติที่เคยอยู่ ร้อยละ 30.2 รองลงมาได้ข้อมูลโดยการสำรวจและสอบถามเอง ร้อยละ 24.9 โดยพนักงานบริษัทเอกชนทราบแหล่งข้อมูลจากการสำรวจสอบถามเอง ร้อยละ 30.7 ทราบจากเพื่อนหรือญาติ ที่เคยอยู่ ร้อยละ 28.4 กลุ่มข้าราชการ และกลุ่มเจ้าของกิจการทราบแหล่งข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 36.6 และร้อยละ 34.5 ตามลำดับ รองลงมา กลุ่มเจ้าของกิจการสำรวจและสอบถามเอง ร้อยละ 26.2 ส่วนกลุ่มข้าราชการ ทราบจากนิทรรศการ ร้อยละ 21.3 ทราบจาก นสพ., ทีวี ร้อยละ 19.7 ส่วนกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจทราบข้อมูลจากการสำรวจและสอบถามเอง และทราบจากเพื่อนหรือญาติ ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 24.6 และร้อยละ 23.3 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบแหล่งข้อมูลของโครงการจากการสำรวจสอบถามเอง มากที่สุด

ตารางที่ 61 อัตราส่วน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลของ โครงการ และระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา แหล่งข้อมูลของ โครงการ	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
เพื่อนหรือญาติที่เคยอยู่	60	29.0	80	24.9	110	37.0	5	26.3	255	30.2
สำรวจและสอบถามเอง	46	22.2	95	20.3	66	22.2	3	15.8	210	24.9
นิทรรศการ	28	13.5	53	16.5	59	19.9	5	26.3	145	17.2
โฆษณาใน นสพ., ทีวี	30	14.5	64	19.9	38	12.8	4	21.0	136	16.1
คำแนะนำของธนาคาร	43	20.8	29	9.0	24	8.1	2	10.5	98	11.6
รวม	207	100.0	321	100.0	297	100.0	19	100.0	844	100.0

ตารางที่ 61 จากการศึกษาเกี่ยวกับ แหล่งข้อมูลของโครงการ และ ระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญาได้ข้อมูลของโครงการจากเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 29.0 สำรวจและสอบถามเอง ร้อยละ 22.2 กลุ่มระดับการศึกษานุปริญญาทราบแหล่งข้อมูลจากการสำรวจและสอบถามเอง ร้อยละ 20.3 ทราบจากญาติ ร้อยละ 24.9 และดูโฆษณาใน นสพ. ร้อยละ 19.9 ผู้จบปริญญาตรี ทราบจากเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 37.0 สำรวจเอง ร้อยละ 22.2 ดูจากนิทรรศการ ร้อยละ 19.9 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีทราบจากนิทรรศการ ร้อยละ 26.3 ทราบจากโฆษณา ร้อยละ 21.0 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบแหล่งข้อมูลจากนิทรรศการมากที่สุด

ตารางที่ 62 อัตราส่วน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลของโครงการ และรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
เพื่อนหรือญาติที่เคยอยู่	70	26.7	63	25.8	52	40.6	70	33.3	255	30.2
สำรวจและสอบถามเอง	71	27.1	66	27.0	36	28.1	37	17.6	210	24.9
นิทรรศการ	48	18.3	45	18.4	17	13.3	35	16.7	145	17.2
โฆษณาใน นสพ., ทีวี	48	18.3	45	18.4	13	10.2	30	14.3	136	16.1
คำแนะนำของธนาคาร	25	9.5	25	10.2	10	7.8	38	18.1	98	11.6
รวม	262	100.0	244	100.0	128	100.0	210	100.0	844	100.0

ตารางที่ 62 จากการศึกษา เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลของโครงการ และ รายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากทราบแหล่งข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติที่เคยอยู่ ร้อยละ 30.2 รองลงมาทราบจากการสำรวจและสอบถามเอง ร้อยละ 24.9 โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 และ 10,000-15,000 บาททราบจากการสำรวจ และ สอบถาม ร้อยละ 27.1 และ 27.0 ตามลำดับ รองลงมาทราบจากเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 26.7 และ 25.8 กลุ่มผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ทราบจากเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 39.0 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบแหล่งข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติที่ เคยอยู่มากที่สุด

ตารางที่ 63 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการคำแนะนำจากพนักงานและอาชีพ

อาชีพ คำแนะนำจากพนักงาน	พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน- รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ- กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ไม่ต้องการ	102	85.0	118	98.3	91	75.8	110	91.7	421	87.7
ต้องการ	18	15.0	2	1.7	29	24.2	10	8.3	59	12.3
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	480	100.0

ตารางที่ 63 จากการศึกษา เกี่ยวกับ ความต้องการคำแนะนำจากพนักงาน และอาชีพ ของกลุ่มลูกเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 87.7 โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 85.0 กลุ่มข้าราชการไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 98.3 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 75.8 และกลุ่มเจ้าของกิจการไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 91.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน

ตารางที่ 64 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการคำแนะนำจากพนักงานและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา คำแนะนำจากพนักงาน	ต่ำกว่าปวส. อนุปริญญา		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ไม่ต้องการ ต้องการ	103	87.3	137	84.0	173	91.1	8	88.9	421	87.7
	15	12.7	26	16.0	17	8.9	1	11.1	59	12.3
รวม	118	100.0	163	100.0	190	100.0	9	100.0	480	100.0

ตารางที่ 64 จากศึกษา เกี่ยวกับความต้องการคำแนะนำจากพนักงาน และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 87.7 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. หรืออนุปริญญา ไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 87.3 กลุ่มระดับ ปวส. หรือ อนุปริญญาไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 84.0 กลุ่มระดับปริญญาตรี ร้อยละ 91.1 และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 88.9 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน

ตารางที่ 65 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการคำแนะนำจากพนักงานและรายได้

รายได้ คำแนะนำจากพนักงาน	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	N	%
ไม่ต้องการ	138	85.2	116	89.2	65	83.3	102	92.7	421	87.7
ต้องการ	24	14.8	14	10.8	13	16.7	8	7.3	59	12.3
รวม	162	100.0	130	100.0	78	100.0	110	100.0	480	100.0

ตารางที่ 65 จากการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการคำแนะนำจากพนักงาน และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน ร้อยละ 87.7 โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ไม่ต้องการคำแนะนำ ร้อยละ 85.2 กลุ่มรายได้ตั้งแต่ 10,000-15,000 บาท ไม่ต้องการคำแนะนำ ร้อยละ 89.2 กลุ่มรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ไม่ต้องการคำแนะนำ ร้อยละ 83.3 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ไม่ต้องการคำแนะนำ ร้อยละ 92.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงาน

ตารางที่ 66 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการส่งเสริมการขายและอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ-กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
การลดราคาห้องชุด	95	60.1	78	53.4	97	66.4	101	65.2	371	61.3
การแจกของแถม	30	19.0	28	19.2	37	25.3	27	17.4	122	20.2
การลดราคาค่าใช้จ่าย ส่วนกลาง	22	13.9	36	24.7	9	6.2	16	10.3	83	13.7
การชิงโชค	11	7.0	4	2.7	3	2.1	11	7.1	29	4.8
รวม	158	100.0	146	100.0	146	100.0	155	100.0	605	100.0

ตารางที่ 66 จากการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย และ อาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการการส่งเสริมการขายด้าน การส่งเสริมการขาย ร้อยละ 61.3 โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 60.1 กลุ่มข้าราชการต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 53.4 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 66.4 และกลุ่มเจ้าของกิจการต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 65.2 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพต้องการให้มีการส่งเสริมการขาย โดยการลดราคาห้องชุด

ตารางที่ 67 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการส่งเสริมการขายและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า- ปริญญาตรี		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
การลดราคาห้องชุด	97	62.2	138	59.0	133	36.0	3	75.0	371	61.3
การแจกของแถม	35	22.4	51	21.8	35	16.6	1	25.0	122	20.2
การลดราคาค่าใช้จ่าย ส่วนกลาง	17	10.9	29	12.4	37	17.5	-	-	83	13.7
การชิงโชค	7	4.5	16	6.8	6	2.9	-	-	29	4.8
รวม	156	100.0	234	100.0	211	100.0	4	100.0	605	100.0

ตารางที่ 67 จากการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย และระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาห้องชุด ร้อยละ 61.3 โดยกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส.หรืออนุปริญญา ต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 62.2 กลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญาตรีต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 59.0 กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 36.0 และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 75.0 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษาต้องการการส่งเสริมการขาย โดยการลดราคาห้องชุด

ตารางที่ 68 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการส่งเสริมการขายและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000-15,000บาท		15,001-20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	N	%
การลดราคาห้องชุด	135	67.2	89	54.9	54	56.3	93	63.7	371	61.3
การแจกของแถม	32	15.9	34	21.0	17	17.7	39	26.7	122	20.2
การลดราคาค่าใช้จ่าย ส่วนกลาง	25	12.4	21	13.0	24	25.0	13	8.9	83	13.7
การชิงโชค	9	4.5	18	11.1	1	1.0	1	0.7	29	4.8
รวม	201	100.0	162	100.0	96	100.0	146	100.0	605	100.0

ตารางที่ 68 จากการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย และรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการการส่งเสริมการขาย โดยการลดราคาห้องชุด ร้อยละ 61.3 โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 67.2 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาทต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 54.9 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 56.3 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต้องการให้ลดราคาห้องชุด ร้อยละ 63.7 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ต้องการให้มีการส่งเสริมการขาย โดยการลดราคาห้องชุด

ตารางที่ 69 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อคอนกรีต มีเนียมและอาชีวะ

ปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อ	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ		พนักงาน-รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของ-กิจการ		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ทำเลที่ตั้ง	112	16.9	116	19.7	114	18.0	114	18.3	456	18.2
ราคา	98	14.7	102	17.3	84	13.3	92	14.8	376	15.0
สิ่งอำนวยความสะดวก	88	13.3	72	12.2	109	17.2	100	16.1	369	14.7
วัสดุก่อสร้าง	78	11.7	79	13.4	85	13.4	76	12.2	318	12.7
รูปแบบอาคาร	73	11.0	71	12.0	65	10.3	65	10.5	274	10.9
ขนาดพื้นที่	73	11.0	55	9.3	73	11.5	50	8.0	251	10.0
ชื่อเสียงเจ้าของ	48	7.2	31	5.3	39	6.2	55	8.8	173	6.9
ผู้บริหารโครงการ	42	6.3	21	3.5	13	2.1	32	5.1	108	4.3
การส่งเสริมการตลาด	21	3.2	14	2.3	23	3.6	24	3.9	82	3.3
สถานที่ตั้งสำนักงานขาย	25	3.8	11	1.9	16	2.5	14	2.3	66	2.6
วิธีการขาย	6	0.9	18	3.1	12	1.9	-	-	36	1.4
รวม	664	100.0	590	100.0	633	100.0	622	100.0	2509	100.0

ตารางที่ 69 จากตารางผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ มากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง จำนวน ร้อยละ 18.2 รองลงมาคือ ราคา ร้อยละ 15.0 และสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 70 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อคอนกรีตเสริมเหล็กและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปวส.		ปวส. หรือ อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ										
ทำเลที่ตั้ง	109	19.8	148	17.3	190	18.1	9	17.0	456	18.2
ราคา	81	14.7	125	14.6	164	15.6	6	11.3	376	15.0
สิ่งอำนวยความสะดวก	96	17.5	127	14.9	137	13.0	9	17.0	369	14.7
วัสดุก่อสร้าง	65	11.8	104	12.2	141	13.4	8	15.1	318	12.7
รูปแบบอาคาร	53	9.6	94	11.0	123	11.7	4	7.6	274	10.9
ขนาดพื้นที่	55	10.0	90	10.5	103	9.8	3	5.7	251	10.0
ชื่อเสียงเจ้าของ	35	6.4	60	7.0	74	7.0	4	7.5	173	6.9
ผู้บริหารโครงการ	24	4.4	37	4.3	47	4.5	-	-	108	4.3
การส่งเสริมการตลาด	9	1.6	30	3.5	43	4.1	-	-	82	3.3
สถานที่ตั้งสำนักงานขาย	9	1.6	31	3.6	26	2.5	-	-	66	2.6
วิธีการขาย	14	2.6	9	1.1	3	0.3	10	18.7	36	1.4
รวม	550	100.0	855	100.0	1051	100.0	53	100.0	2509	100.0

ตารางที่ 70 จากตารางผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง จำนวน ร้อยละ 18.2 รองลงมาคือ ราคา ร้อยละ 15.0 และสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 อัตราส่วน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อคอน โดม
เนียมและรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000บาท		10,000- 15,000บาท		15,001- 20,000บาท		มากกว่า 20,000บาท		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
ทำเลที่ตั้ง	150	17.4	124	16.8	78	19.9	104	17.0	456	18.2
ราคา	162	18.8	92	12.4	71	18.1	98	16.0	376	15.0
สิ่งอำนวยความสะดวก	123	14.3	110	14.9	41	10.5	95	15.5	369	14.7
วัสดุก่อสร้าง	110	12.8	89	12.0	52	13.3	67	11.0	318	12.7
รูปแบบอาคาร	79	9.5	75	10.1	56	14.3	64	10.5	274	10.9
ขนาดพื้นที่	93	10.8	78	10.6	29	7.4	51	8.3	251	10.0
ชื่อเสียงเจ้าของ	38	4.4	68	9.2	15	3.8	52	8.5	173	6.9
ผู้บริหารโครงการ	26	3.0	44	6.0	12	3.1	26	4.3	108	4.3
การส่งเสริมการตลาด	26	3.0	26	3.5	9	2.3	21	3.4	82	3.3
สถานที่ตั้งสำนักงานขาย	32	3.7	19	2.6	6	1.5	9	1.5	66	2.6
วิธีการขาย	21	2.4	14	1.9	23	5.8	24	4.0	36	1.4
รวม	860	100.0	739	100.0	392	100.0	611	100.0	2509	100.0

ตารางที่ 71 จากตารางผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ มากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง
จำนวน ร้อยละ 18.2 รองลงมาคือ ราคา ร้อยละ 15.0 และสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ
14.7 ตามลำดับ

4.1.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะส่วนประสมทางการตลาดกับความต้องการที่ค คนโตมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะส่วนบุคคล ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ ลักษณะส่วนประสมทางการตลาด ตัวสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และความต้องการที่คคนโตมิเนียม มุ่งศึกษาว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบใด เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้หรือไม่

วิธีวิเคราะห์และสถิติที่นำมาใช้ คำอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ ค่า ไคสแควร์ (Chi - Square , χ^2) ค่าสัมประสิทธิ์ทั้งสองชนิด ดังกล่าวจะบอกถึงตัวแปรอิสระว่ามีผลแตกต่างต่อตัวแปรตาม อย่างไรก็สำคัญทางสถิติหรือไม่ ผลจากนี้ยังบ่งบอกถึงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้วย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ลาชีพ รายได้ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทางด้านอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้น แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทเอกชน กลุ่มรับราชการ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มค้าขายหรือเจ้าของกิจการ
2. ลักษณะตัวสินค้า ในการศึกษาครั้งนี้ ได้พิจารณาถึงแหล่งที่ตั้ง โครงการที่ต้องการ สถานที่ตั้งโครงการ ขนาดพื้นที่ของชุด จำนวนพื้นที่ที่ต้องการ จำนวนห้องนอนที่ต้องการ จำนวนห้องน้ำที่ต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ
3. ลักษณะราคา ในการศึกษาครั้งนี้ ได้พิจารณาถึง ระดับราคาที่ต้องการ การที่สอดคล้องหรือเหนือ จำนวนเงินจองที่ต้องการ จำนวนเงินดาวน์ที่ต้องการ จำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ต้องการ
4. ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย ในการศึกษาครั้งนี้ ได้พิจารณาถึง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการจะซื้อคคนโตมิเนียมจากใคร ในการศึกษาครั้งนี้คคนโตมิเนียมมี กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการติดต่อขอทราบรายละเอียดจากใคร และต้องการพนักงานไปแนะนำโครงการหรือไม่
5. ลักษณะการส่งเสริมการตลาด ในการศึกษาครั้งนี้ ได้พิจารณาถึง การส่งเสริมการตลาดชนิดใดที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการที่สุด อาทิเช่น การลดราคา การชิงโชค การแจกของแถม เป็นต้น และทราบถึงปัจจัยที่ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตัดสินใจซื้อคคนโตมิเนียม

ตัวแปรตาม ได้แก่

ความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แบ่งความต้องการออกเป็น

3 ลักษณะ คือ

1. ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง
2. ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า
3. ต้องการซื้อเพื่อใหญาที่อยู่

PAYAP UNIVERSITY

4.1.6.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่

เพศ	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ต้องการให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
ชาย	71.3	8.1	20.6	100.0	$X^2 = 8.61572$ $df = 2$ $C = 0.13579$ $P < 0.05$
หญิง	60.3	15.8	23.9	100.0	
รวม	67.1	11.0	21.9	100.0	
จำนวน	322	53	105	480	

จากตารางที่ 129 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่เองเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ความต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อให้เช่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ความต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อให้ญาติอยู่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างในเพศของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียมอย่างมีนัยสำคัญ ระดับ 0.05

ตารางที่ 73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

อายุ	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ต้องการให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 25	61.9	15.9	22.2	100.0	$X^2 = 14.23362$ $df = 6$ $C = 0.16970$ $P < 0.05$
25 - 35	67.7	12.3	20.0	100.0	
36 - 40	60.0	9.2	30.8	100.0	
45 ปีขึ้นไป	80.5	6.5	13.0	100.0	
รวมจำนวน	67.1	11.0	21.9	100.0	
	322	53	105	480	

จากตารางที่ 73 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอายุของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยเอง คือกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อให้เช่า จะมีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อญาติอยู่ จะมีอายุระหว่าง 36-45 ปี จาก การทดสอบทางสถิติ พบว่าความแตกต่างในด้านอายุของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีความสัมพันธ์ต่อ ความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม โดยมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

สถานภาพ	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
โสด	68.8	11.1	20.2	100.0	$\chi^2 = 2.00499$ $df = 4$ $C = 0.03450$ $P > 0.05$
สมรส	66.5	11.2	22.3	100.0	
หย่า	57.1	9.5	33.3	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 74 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ ระหว่าง สถานภาพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความ
 ต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มสถานภาพโสด ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อ
 อยู่เอง และกลุ่มสถานภาพสมรสเ็นต้องการเพื่อให้เช่า ส่วนกลุ่มที่มีสถานภาพหย่าแล้ว ต้องการ
 เพื่อให้ญาติอยู่ จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างทางด้านสถานภาพของกลุ่มลูกค้า
 เป้าหมาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ
 ระดับ 0.05

ตารางที่ 75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพของลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

อาชีพ	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ต้องการให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
พนักงานบริษัทเอกชน	42.5	24.2	33.3	100.0	$\chi^2 = 61.80676$ $df = 6$ $C = 0.33775$ $P < 0.05$
ข้าราชการ	81.7	6.7	11.7	100.0	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	63.3	10.0	26.7	100.0	
เจ้าของกิจการหรือค้าขาย	80.8	3.3	15.8	100.0	
รวม	67.1	11.0	21.9	100.0	
จำนวน	322	53	105	100.0	

จากตารางที่ 75 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีอาชีพข้าราชการ ต้องการซื้อ เพื่ออยู่เอง ส่วนพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า และต้องการซื้อเพื่อให้ญาติอยู่ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างด้านอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05

ตารางที่ 76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการ
คอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

ระดับการศึกษา	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	67.8	11.9	20.3	100.0	$\chi^2 = 17.85801$ $df = 6$ $C = 0.18939$ $P < 0.05$
อนุปริญญา หรือ ปวส.	57.1	14.7	28.2	100.0	
ปริญญาตรี	76.3	7.4	16.3	100.0	
สูงกว่าปริญญาตรี	44.4	11.1	44.4	100.0	
รวม จำนวน					

จากตารางที่ 76 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่า ความต้องการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่เอง ส่วนใหญ่จะอยู่ระดับการศึกษาปริญญาตรี กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ต้องการเพื่อให้เช่า ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือ ปวส. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการให้ญาติอยู่ ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างในด้านระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการอย่างมีนัยสำคัญ ระดับ 0.05

ตารางที่ 77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับรายได้ของกลุ่มค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

ระดับรายได้	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้เช่าที่อยู่		
ต่ำกว่า 10,000	64.8	13.6	21.6	100.0	$\chi^2 = 6.42605$ $df = 6$ $C = 0.1194$ $P > 0.05$
10,001 - 15,000	69.2	10.0	20.8	100.0	
15,001 - 20,000	70.5	3.8	25.6	100.0	
มากกว่า 20,000	65.5	13.6	20.9	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 77 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความ ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่เองส่วนใหญ่ จะมีรายได้ระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อ ให้เช่า ส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ส่วนกลุ่มลูกค้า เป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียม เพื่อให้ญาติอยู่ ส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างในระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความ ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ระดับ 0.05

ตารางที่ 78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความเป็นเจ้าของบ้านที่อยู่ในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

ความเป็นเจ้าของ	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ต้องการให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
เป็นบ้านของตนเอง	66.2	12.2	21.6	100.0	$\chi^2 = 55.82855$ $df = 8$ $C = 0.32279$ $P < 0.05$
เป็นบ้านของตนเองอยู่ในระหว่างผ่อน	17.1	25.7	57.1	100.0	
เช่าคนอื่น	81.2	7.1	11.7	100.0	
บ้านพ่อ - แม่	64.5	9.7	25.8	100.0	
อื่นๆ	68.4	15.8	15.8	100.0	
รวม	67.1	11	21.9	100.0	
จำนวน	322	53	105	480	

จากตารางที่ 78 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง ความเป็นเจ้าของบ้านที่อยู่ในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่เองส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มที่มีบ้านเดิมเช่าคนอื่นอยู่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อให้เช่าและให้ญาติอยู่ ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มที่มีบ้านเดิมเป็นบ้านของตนเองแต่อยู่ในระหว่างผ่อนจากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างด้านความเป็นเจ้าของบ้าน มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมกับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ต้องการให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
บ้านเดิมทรุดโทรม					$X^2 = 53.61292$
ไม่เป็นเหตุผล	71.8	7.7	20.4	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	29.6	37.0	33.3	100.0	C = 0.31697
					P < 0.05
อยู่ไกลที่ทำงาน					$X^2 = 0.62189$
ไม่เป็นเหตุผล	65.8	11.6	22.6	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	69.1	10.1	20.7	100.0	C = 0.3597
					P > 0.05
ต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง					$X^2 = 5.43698$
ไม่เป็นเหตุผล	62.9	12.5	24.6	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	73.0	9.0	18.0	100.0	C = 0.10583
					P > 0.05

ตารางที่ 79 (ต่อ)

เหตุผลที่ต้องการ ซื้อคอนโดมิเนียม	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้เช่าที่อยู่		
สภาพแวดล้อมเดิมไม่ดี					$X^2 = 5.26080$ $df = 2$ $C = 0.10412$ $P > 0.05$
ไม่เป็นเหตุผล	69.8	9.7	20.5	100.0	
เป็นเหตุผล	58.8	15.1	26.1	100.0	
รวม	67.1	11.0	21.9	100.0	
จำนวน	322	53	105	480	

จากตาราง 79 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม กับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีเหตุผลต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่เอง ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการซื้อ เพื่อให้เช่าและให้เช่าที่อยู่ จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า เหตุผลที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมในลักษณะเรื่องบ้านเดิมทรุดโทรมนั้น มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ส่วนเหตุผลเรื่องอยู่ใกล้ที่ทำงาน ต้องการมีที่อยู่ของตนเองและสภาพแวดล้อมเดิมไม่ดีนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4.1.6.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เกี่ยวกับลักษณะผลิตภัณฑ์คอนโดมิเนียม

ตารางที่ 80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง แหล่งที่ตั้ง กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัด
เชียงใหม่

แหล่งที่ตั้ง	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้เช่าที่อยู่		
ใกล้ที่ทำงาน					$X^2 = 20.50321$
ไม่เป็นเหตุผล	59.5	14.5	26.0	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	74.2	7.5	18.3	100.0	C = 0.20240
					P < 0.05
ใกล้มหาวิทยาลัย					$X^2 = 18.44835$
ไม่เป็นเหตุผล	69.5	9.5	21.0	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	39.5	28.9	31.6	100.0	C = 0.16238
					P < 0.01
ใกล้ศูนย์การค้า					$X^2 = 11.46598$
ไม่เป็นเหตุผล	67.9	9.4	22.7	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	60.4	24.5	15.1	100.0	C = 0.15274
					P < 0.01
ใกล้โรงพยาบาล					$X^2 = 12.58821$
ไม่เป็นเหตุผล	68.4	9.2	22.4	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	57.1	25.0	17.9	100.0	C = 15.986
					P < 0.05

ตารางที่ 80 (ต่อ)

แหล่งที่ตั้ง	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้เช่าที่อยู่		
การคมนาคมสะดวก					
ไม่เป็นเหตุผล	67.6	9.3	23.1		$X^2 = 2.52191$
เป็นเหตุผล	66.3	13.7	20.0		df = 2
					C = 0.07229
					P > 0.05
ใกล้ทิวทัศน์ที่สวยงาม					
ไม่เป็นเหตุผล	68.6	9.2	22.2	100.0	$X^2 = 4.23538$
เป็นเหตุผล	63.2	15.8	21.1	100.0	df = 2
					C = 0.9352
					P > 0.05
รวม	67.1	11.0	21.9	100.0	
จำนวน	322	53	105	480	

จากตารางที่ 80 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ตั้งคอนโดมิเนียมกับความต้องการซื้อพบว่า ลูกค้ำเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าอยู่ใกล้ที่ทำงาน ส่วนที่ให้เหตุผลว่าใกล้มหาวิทยาลัย ต้องการซื้อเพื่อให้เช่าและต้องการให้เช่าที่อยู่ จากการทดสอบทางสถิติพบว่า แหล่งที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนแหล่งที่ตั้งที่มีคมนาคมสะดวกและใกล้ทิวทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานที่ตั้ง กับความต้องการคอนกรีตในจังหวัด
เชียงใหม่

สถานที่ตั้ง	ความต้องการคอนกรีตในเชียงใหม่			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ต. ข้างคลาน	57.1	15.8	27.3	100.0	$X^2 = 31.24868$ $df = 16$ $C = 0.24723$ $P < 0.05$
ต. สุกเทพ	66.5	11.6	21.9	100.0	
ต. ข้างเพือก	77.3	1.5	21.2	100.0	
ต. วัดเกตุ	70.0	20.0	10.0	100.0	
ต. หนองหอย	79.3	6.9	13.8	100.0	
ต. ท่าศาลา	54.5	36.4	9.1	100.0	
ต. ข้างม่อย	85.7	NA	14.3	100.0	
ต. ฟ้าฮ่าม	73.7	10.5	15.8	100.0	
ต. หนองป่าครั่ง	75.0	NA	25.0	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 81 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ตั้งกับความต้องการคอนกรีตในเชียงใหม่ พบว่า ความต้องการของลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ส่วนใหญ่ต้องการที่ตั้ง ต. ข้างม่อย ส่วนกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่าส่วนใหญ่ต้องการสถานที่ตั้ง ต. ท่าศาลา ส่วนความต้องการซื้อให้ญาติอยู่ ส่วนใหญ่ต้องการที่ตั้งอยู่ ต. ข้างคลาน จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างในด้านสถานที่ตั้ง มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการคอนกรีตในเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 82 ความสัมพันธ์ ระหว่างขนาดพื้นที่ห้องชุดที่ต้องการ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

ขนาดพื้นที่	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ต้องการให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 30 ตรม.	52.5	19.2	28.3	100.0	$X^2 = 19.995359$ $df = 2$ $C = 0.19998$ $P < 0.05$
30 - 40 ตรม.	77.4	6.5	16.1	100.0	
41 - 60 ตรม.	66.3	10.0	23.8	100.0	
มากกว่า 60 ตรม.	64.2	13.2	22.6	100.0	
รวมจำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 82 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง ขนาดห้องชุด ที่ต้องการกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า ความต้องการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เองต้องการขนาดพื้นที่ 30-40 ตรม. ความต้องการลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า ต้องการขนาดพื้นที่ ต่ำกว่า 30 ตรม. ส่วนความต้องการของลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อเพื่อให้ญาติอยู่ ต้องการพื้นที่ต่ำกว่า 30 ตรม. จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความต้องการด้านขนาดห้องพัก มีความสัมพันธ์กับ ความแตกต่าง ในความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 83 ความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนชั้นที่ต้องการ กับความต้องการคอนกรีตใน
จังหวัดเชียงใหม่

จำนวนชั้น	ความต้องการคอนกรีตใน			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 10 ชั้น	56.5	12.4	31.1	100.0	$\chi^2 = 21.67943$ $df = 4$ $C = 0.20788$ $P < 0.05$
10 - 15 ชั้น	76.1	8.0	15.9	100.0	
มากกว่า 15 ชั้น	69.8	15.1	15.1	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 83 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการจำนวนชั้นของคอนกรีตใน
พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ต้องการจำนวนชั้น ระหว่าง 10 - 15 ชั้น
ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า ต้องการจำนวนชั้นมากกว่า 15
ชั้น ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อญาติอยู่ ต้องการจำนวนชั้น ต่ำกว่า 10 ชั้น
จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างในจำนวนชั้นของคอนกรีตในมีความสัมพันธ์กับ
ความแตกต่างของความต้องการคอนกรีตใน อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนห้องสมุดในแต่ละชั้นที่ต้องการ กับความต้องการคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนห้องชุดใน แต่ละชั้น	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้เช่าที่อยู่		
ต่ำกว่า 10 ห้องชุด	69.5	8.6	21.8	100.0	$X^2 = 24.07440$ $df = 4$ $C = 0.21854$ $P < 0.05$
11 - 20 ห้องชุด	72.3	9.2	18.5	100.0	
มากกว่า 20 ห้องชุด	42.6	23.5	33.8	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 84 เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนห้องชุดในแต่ละชั้นกับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการ ซื้อเพื่ออยู่เอว่นั้น ต้องการห้องชุดในแต่ละชั้นจำนวน 11 - 20 ห้องในแต่ละชั้น ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อ เพื่อให้เช่าและให้เช่าที่อยู่ นั้นต้องการห้องชุดในแต่ละชั้น จำนวน มากกว่า 20 ห้องในแต่ละชั้น จากการทดสอบทางสถิติพบว่า ความแตกต่างของจำนวนห้องชุดในแต่ละชั้น มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 85 ความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนห้องนอนที่ต้องการ กับความต้องการคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนห้องนอน	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
1 ห้องนอน	59.5	11.4	29.1	100.0	$\chi^2 = 5.85388$ $df = 4$ $C = 0.10977$ $P < 0.05$
2 ห้องนอน	70.4	10.0	19.6	100.0	
3 ห้องนอน	61.3	15.0	23.8	100.0	
รวม	67.1	11.0	21.9	100.0	
จำนวน	322	53	105	480	

จากตารางที่ 85 เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนห้องนอนของห้องชุดกับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่เองนั้น ต้องการห้องนอน 2 ห้องนอน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า นั้นต้องการ 3 ห้องนอน ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้ญาติอยู่ ส่วนใหญ่ต้องการจำนวนห้องนอน 1 ห้องนอน จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างของจำนวนห้องนอน ไม่มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 86 ความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนห้องน้ำที่ต้องการ กับความต้องการคอนกรีต
มิเียมในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนห้องน้ำ	ความต้องการคอนกรีตมิเียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
1 ห้องน้ำ	69.9	11.5	18.6	100.0	$\chi^2 = 1.88012$ $df = 2$ $C = 0.6246$ $P > 0.05$
2 ห้องน้ำ	65.3	10.8	23.9	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 86 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนห้องน้ำที่ต้องการกับความต้องการคอนกรีตมิเียม พบว่า ความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ที่ต้องการซื้อคอนกรีตมิเียมเพื่ออยู่เองต้องการห้องน้ำ 1 ห้อง ส่วนความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อเพื่อให้ญาติอยู่ ต้องการห้องน้ำ 2 ห้อง จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างด้านจำนวนห้องน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่าง ของความต้องการคอนกรีตมิเียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 87 ความสัมพันธ์ระหว่าง สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทที่ต้องการ กับความต้องการ
คอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งอำนวยความสะดวก	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ร้านซักอบรีด					$X^2 = 8.13369$
ไม่เป็นเหตุผล	57.9	12.0	30.1	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	70.6	10.7	18.7	100.0	C = 0.12908
					P < 0.03
ร้านอาหาร					$X^2 = 8.13369$
ไม่เป็นเหตุผล	57.9	12.0	30.1	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	70.6	10.7	18.7	100.0	C = 0.12908
					P < 0.03
โทรศัพท์สาธารณะ					$X^2 = 27.01266$
ไม่เป็นเหตุผล	47.6	12.6	39.8	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	72.4	10.6	17.0	100.0	C = 0.23082
					P < 0.01

ตารางที่ 87 (ต่อ)

สิ่งอำนวยความสะดวก	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ยามรักษาความปลอดภัย					$X^2 = 17.37997$
ไม่เป็นเหตุผล	55.3	8.8	36.0	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	70.8	11.7	17.5	100.0	C = 0.18693
					P < 0.01
สวนหย่อม					$X^2 = 8.93077$
ไม่เป็นเหตุผล	67.7	7.0	25.3	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	66.5	14.7	18.7	100.0	C = 0.13515
					P < 0.03
สนามเด็กเล่น					$X^2 = 8.01591$
ไม่เป็นเหตุผล	64.1	9.5	26.4	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	71.0	13.0	15.9	100.0	C = 0.12816
					P < 0.03
ที่จอดรถที่เพียงพอ					$X^2 = 18.44456$
ไม่เป็นเหตุผล	56.1	11.4	32.5	100.0	df = 2
เป็นเหตุผล	70.7	10.7	18.6	100.0	C = 0.19236
					P < 0.01

ตารางที่ 87 (ต่อ)

สิ่งอำนวยความสะดวก	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
สถานรับเลี้ยงเด็กก่อน ไม่เป็นเหตุผล	72.6	6.8	20.6	100.0	$X^2 = 25.57348$ df = 2
เป็นเหตุผล	53.6	21.4	25.0	100.0	C = 0.22491 P < 0.01
บริการทำความสะอาด ไม่เป็นเหตุผล	59.1	11.8	29.1	100.0	$X^2 = 11.83619$ df = 2
เป็นเหตุผล	72.9	10.5	16.1	100.0	C = 0.15513 P < 0.01
ร้านเสริมสวยหรือร้านตัดผม ไม่เป็นเหตุผล	68	8.1	23.6	100.0	$X^2 = 9.62207$ df = 2
เป็นเหตุผล	65	14.9	19.2	100.0	C = 0.14019 P < 0.05

ตารางที่ 87 (ต่อ)

สิ่งอำนวยความสะดวก	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
คลินิกโรงพยาบาล					$X^2 = 5.73834$ $df = 2$ $C = 0.10869$ $P > 0.05$
ไม่เป็นเหตุผล	65.3	9.2	25.6	100.0	
เป็นเหตุผล	69.3	13.3	17.4	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 87 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งอำนวยความสะดวกกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ ซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่เอง ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภท โทรทัศน์สาธารณะ และบริการทำความสะอาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการ คอนโดมิเนียมเพื่อให้เช่า ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกประเภท สถานรับเลี้ยงเด็กก่อน และร้านเสริมสวยหรือร้านตัดผม ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อ คอนโดมิเนียมเพื่อให้ญาติอยู่ ต้องการร้านซักอบรีด และสถานรับเลี้ยงเด็กก่อน ต้องการซื้อเพื่อให้ญาติอยู่ จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ร้านซักอบรีด ร้านอาหาร โทรทัศน์สาธารณะ ยามรักษาความปลอดภัย สวนหย่อม สนามเด็กเล่น ที่จอดรถ สถานรับเลี้ยงเด็กก่อน บริการทำความสะอาด ร้านเสริมสวย มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกประเภท คลินิกโรงพยาบาลนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับความ ต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญ 0.05

4.1.6.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เกี่ยวกับลักษณะราคาคอนกรีตเสริม

ตารางที่ 88 ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับราคาคอนกรีตเสริมที่ต้องการกับความต้องการคอนกรีตเสริม ในจังหวัดเชียงใหม่

ระดับราคาที่ต้องการ	ความต้องการคอนกรีตเสริม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 300,000 บาท	63.1	13.6	23.3	100.0	$\chi^2 = 7.00967$ $df = 6$ $C = 0.11997$ $P > 0.05$
300,000-450,000 บาท	71.1	8.0	20.3	100.0	
450,000-600,000 บาท	70.0	13.3	16.7	100.0	
มากกว่า 600,000 บาท	64.5	7.9	27.6	100.0	
รวมจำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 88 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาคอนกรีตเสริมกับความต้องการซื้อคอนกรีตเสริม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อคอนกรีตเสริม เพื่ออยู่เอง ต้องการคอนกรีตเสริม ระดับราคา 300,000 - 450,000 บาท กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า ต้องการราคา ระดับต่ำกว่า 300,000 บาท ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อคอนกรีตเสริมเพื่อให้ญาติอยู่ ต้องการคอนกรีตเสริม ระดับราคา มากกว่า 600,000 บาท จากการทำทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างระหว่างราคาคอนกรีตเสริม ไม่มีความสัมพันธ์กับความ ต้องการซื้อคอนกรีตเสริม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 89 ความสัมพันธ์ ระหว่างการชำระเงินค่าซื้อคอนโดมิเนียมที่ต้องการกับความ
ต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

การชำระเงิน	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
เงินสด	70.8	14.6	14.6	100.0	$\chi^2 = 2.01397$ $df = 2$ $C = 0.06464$ $P > 0.05$
เงินเชื่อ	66.7	10.6	22.7	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 89 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการชำระเงินค่าคอนโดมิเนียมกับความต้องการ
คอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ส่วนมากจ่ายเงินสดมากกว่า
เงินเชื่อ ส่วนลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อให้ญาติอยู่ นิยมการชำระเงินเป็นเงิน
เชื่อมากกว่าเงินสด จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างของการชำระเงิน ไม่มี
ความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างทางด้านความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 90 ความสัมพันธ์ ระหว่างจำนวนเงินจองที่ต้องการกับความต้องการคอนโดมิเนียม
ในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนเงินจอง	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	65.0	12.5	22.5	100.0	$\chi^2 = 3.56476$ $df = 4$ $C = 0.08586$ $P > 0.05$
5,000 - 10,000 บาท	70.2	8.3	21.6	100.0	
มากกว่า 10,000 บาท	64.1	14.1	21.8	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 90 เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินจองกับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เองต้องการเงินจอง ที่ระดับ 5,000-10,000 บาท กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า ต้องการเงินจองที่ระดับราคามากกว่า 10,000 บาท ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้ญาติอยู่นั้นต้องการเงินจองในระดับต่ำกว่า 5,000 บาท จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างของระดับราคาเงินจอง ไม่มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 91 ความสัมพันธ์ ระหว่างเงินดาวนที่ติดการกับความติดการคอนโตมิเนียม
ในจังหวัดเชียงใหม่

เงินดาวน	ความติดการคอนโตมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ติดการ อยู่เอง	ติดการ ให้เข้า	ติดการ ให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 10%	41.4	20.2	38.4	100.0	$X^2 = 44.46849$ $df = 6$ $C = 0.29118$ $P < 0.05$
10 - 15%	77.6	8.2	14.3	100.0	
16 - 20%	77.1	6.4	16.4	100.0	
มากกว่า 20%	62.8	12.8	24.5	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 91 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินดาวนกับความติดการซื้อคอนโตมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ติดการซื้อเพื่ออยู่เอง ติดการวางเงินดาวนเป็นจำนวน 10-15 % ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ติดการซื้อคอนโตมิเนียมเพื่อให้เข้า และเพื่อให้ญาติอยู่ มีความติดการวางเงินดาวน ต่ำกว่า 10% จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างด้านจำนวนเงินดาวน มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความติดการซื้อคอนโตมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 92 ความสัมพันธ์ ระหว่างเงินผ่อนต่อเดือนที่ต้องการกับความต้องการคอนโดมิเนียม
ในจังหวัดเชียงใหม่

เงินผ่อนส่งต่อเดือน	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	63.6	14.5	22.0	100.0	$\chi^2 = 17.50691$ $df = 6$ $C = 0.18759$ $P < 0.05$
5,001 - 10,000 บาท	77.5	5.1	17.4	100.0	
10,001 - 15,000 บาท	58.9	8.2	32.9	100.0	
มากกว่า 15,000 บาท	64.6	15.6	19.8	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 92 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเงินผ่อนต่อเดือนกับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ต้องการเงินผ่อนส่งต่อเดือนที่ระดับ 5,001-7,500 บาท ต่อเดือน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า ต้องการเงินผ่อนต่อเดือนระดับมากกว่า 10,000 บาท ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อให้ญาติอยู่ ต้องการเงินผ่อนต่อเดือนที่ระดับราคา 7,501 - 10,000 บาทต่อเดือน จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างทางด้านเงินผ่อนต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 93 ความสัมพันธ์ ระหว่างจำนวนปีที่ผ่อนส่งที่ต้องการกับความต้องการคอนโดมิเนียม
ในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนปีที่ผ่อนส่ง	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 5 ปี	50.0	18.1	31.9	100.0	$\chi^2 = 21.95250$ df = 6 C = 0.20913 P < 0.05
5 - 10 ปี	70.2	8.3	21.5	100.0	
11 - 15 ปี	75.3	8.4	16.2	100.0	
มากกว่า 15 ปี	70.8	10.1	19.1	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 93 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนปีในการผ่อนชำระกับความต้องการซื้อ
คอนโดมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ต้องการผ่อนชำระ เป็น
เวลา 11 - 15 ปี กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อเพื่อให้เช่าและให้ญาติอยู่ ส่วนมากมีความต้องการ
ผ่อนชำระต่ำกว่า 5 ปี จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างด้านจำนวนปีของการ
ผ่อนชำระมีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่
ระดับ 0.05

ตารางที่ 94 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ต้องการกับความต้องการคอนโดมิเนียม
ในจังหวัดเชียงใหม่

ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ต่ำกว่า 300 บาท	71.3	10.4	18.3	100.0	$X^2 = 23.73627$ $df = 6$ $C = 0.21707$ $P < 0.05$
300 - 600 บาท	68.8	7.4	23.8	100.0	
601 - 900 บาท	81.0	6.9	12.1	100.0	
มากกว่า 900 บาท	51.4	21.0	27.6	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 94 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ ระหว่างค่าใช้จ่ายส่วนกลาง กับความต้องการซื้อ
คอนโดมิเนียมพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ต้องการเสียค่าใช้จ่ายส่วนกลาง
จำนวน 601 - 900 บาท ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า และให้ญาติอยู่
ต้องการเสียค่าใช้จ่ายส่วนกลางจำนวนมากกว่า 900 บาท จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า
ความแตกต่างของค่าใช้จ่ายส่วนกลาง มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมี
นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4.1.6.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เกี่ยวกับลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 95 ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการกับความต้องการคอนโตมิเนียมใน จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดจำหน่ายที่ ต้องการ	ความต้องการคอนโตมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของ	68.0	11.2	20.8	100.0	$\chi^2 = 3.53657$ $df = 2$ $C = 0.08552$ $P > 0.05$
ผู้จัดจำหน่ายที่เป็นตัวแทน	57.1	9.5	33.3	100.0	
รวม	67.1	11.0	21.9	100.0	
จำนวน	322	53	105	480	

จากตาราง 95 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการ พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ต้องการซื้อกับผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการเอง ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการซื้อเพื่อให้เช่า ต้องการซื้อกับผู้จัดจำหน่ายที่เป็นเจ้าของโครงการเอง ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อเพื่อ ใหญาติอยู่ ต้องการซื้อจากผู้จัดจำหน่ายที่เป็นตัวแทนของเจ้าของโครงการ จากการสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างของการซื้อคอนโตมิเนียมโดยผ่านผู้จัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการคอนโตมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 96 ความสัมพันธ์ระหว่าง สถานที่ติดต่อซื้อ กับความต้องการคอนโตมิเนียมใน
จังหวัดเชียงใหม่

สถานที่ติดต่อซื้อ คอนโตมิเนียม	ความต้องการคอนโตมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ที่ตั้งโครงการ	63.0	12.3	24.7	100.0	$\chi^2 = 13.96753$ $df = 4$ $C = 0.16816$ $P < 0.05$
สถานที่ตั้งอยู่นอกโครงการ	81.6	10.5	7.9	100.0	
บูธในห้างสรรพสินค้า	81.2	4.3	14.5	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 96 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ติดต่อซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความ
ต้องการคอนโตมิเนียม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการคอนโตมิเนียมเพื่ออยู่เอง ต้องการที่
จะติดต่อซื้อโครงการที่อยู่นอกโครงการ ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อเพื่อให้เช่าและให้ญาติอยู่
ต้องการซื้อในที่ตั้งของโครงการ จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างทางด้าน
สถานที่ติดต่อซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่าง ของความต้องการซื้อ
คอนโตมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 97 ความสัมพันธ์ระหว่าง การหาข้อมูลเกี่ยวกับคอน โดมินิกของกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย ประเภท เพื่อนหรือญาติที่เคยอยู่แล้วกับความต้องการคอน โดมินิก ในจังหวัดเชียงใหม่

การหาข้อมูลเกี่ยวกับ คอน โดมินิกของกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย	ความต้องการคอน โดมินิก			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ญาติที่เคยอยู่แล้ว					
ไม่เป็นเหตุผล	72.4	10.2	17.3	100.0	$X^2 = 19.03191$
เป็นเหตุผล	63.9	12.0	26.5	100.0	$df = 2$
					$C = 0.19529$
					$P < 0.01$
โฆษณาในหนังสือพิมพ์ , โทรทัศน์					
ไม่เป็นเหตุผล	71.5	8.4	20.1	100.0	$X^2 = 12.87991$
เป็นเหตุผล	55.9	17.6	26.5	100.0	$df = 2$
					$C = 0.16165$
					$P < 0.01$
การจัดนิทรรศการตาม ห้างสรรพสินค้า					
ไม่เป็นเหตุผล	69.9	8.1	22.1	100.0	$X^2 = 10.22015$
เป็นเหตุผล	60.7	17.9	21.4	100.0	$df = 2$
					$C = 0.14439$
					$P < 0.01$

ตารางที่ 97 (ต่อ)

การหาข้อมูลเกี่ยวกับ คอนโดมิเนียมของกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ออกไปสำรวจและสอบถาม ด้วยตนเอง					
ไม่เป็นเหตุผล	72.2	11.1	16.7	100.0	$X^2 = 18.22376$
เป็นเหตุผล	60.8	10.5	28.7	100.0	$df = 2$
					$C = 0.16125$
					$P < 0.01$
การแนะนำจากธนาคาร					
ไม่เป็นเหตุผล	70.2	8.1	21.7	100.0	$X^2 = 17.16594$
เป็นเหตุผล	55.1	22.4	22.4	100.0	$df = 2$
					$C = 0.18582$
					$P < 0.01$
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 97 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการหาข้อมูลเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า ความต้องการคอนโดมิเนียมที่ต้องการอยู่เองนั้น หาข้อมูลได้จากญาติที่เคยอยู่แล้ว ความต้องการ เพื่อให้เช่า หาข้อมูลได้จากการแนะนำจากธนาคาร ส่วนความต้องการเพื่อให้ญาติอยู่นั้น หาข้อมูลจากการสำรวจและสอบถามด้วยตัวเอง จากการทดสอบทางสถิติ พบว่าความแตกต่างของการหาข้อมูลเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 98 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการพนักงานขายของ โครงการคอน โดมิเนียม ไปแนะนำ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัด เชียงใหม่

ความต้องการคำแนะนำ จากพนักงาน	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ต้องการ	40.7	18.6	40.7	100.0	$\chi^2 = 29.66041$ $df = 2$ $C = 0.24124$ $P < 0.01$
ไม่ต้องการ	71.0	9.8	19.3	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 98 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการพนักงานของ โครงการคอน โดมิเนียม ไปแนะนำกับความต้องการคอนโดมิเนียม พบว่า ลูกค้ายกเป้าหมายที่ซื้อเพื่ออยู่เอง ไม่ต้องการคำแนะนำและกลุ่มลูกค้ายกเป้าหมายที่ซื้อเพื่อให้เช่าและให้ญาติอยู่ ต้องการที่จะให้พนักงานไปแนะนำ จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความแตกต่างด้านความต้องการพนักงานไปแนะนำ ของลูกค้ายกเป้าหมาย มีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4.1.6.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เกี่ยวกับลักษณะการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 99 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การส่งเสริมการขาย กับความต้องการคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่

การส่งเสริมการขาย	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
การลดราคาห้องชุด					
ไม่เป็นเหตุผล	72.5	10.1	17.4	100.0	$\chi^2 = 1.99992$
เป็นเหตุผล	65.5	11.3	23.2	100.0	df = 2
					C = 0.06441
					P > 0.05
การลดราคาค่าใช้จ่าย ส่วนกลาง					
ไม่เป็นเหตุผล	65.7	10.6	23.7	100.0	$\chi^2 = 4.46953$
เป็นเหตุผล	73.5	13.3	13.3	100.0	df = 2
					C = 0.9605
					P > 0.05

ตารางที่ 99 (ต่อ)

การส่งเสริมการขาย	ความต้องการคอนโตมิเนียม			รวมร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการอยู่เอง	ต้องการให้เช่า	ต้องการให้ญาติอยู่		
การแจกของแถม					
ไม่เป็นเหตุผล	68.4	10.9	20.7	100.0	$X^2 = 1.34626$
เป็นเหตุผล	63.1	11.5	25.4	100.0	$df = 2$
					$C = 0.05289$
					$P > 0.05$
การชิงโชค					
ไม่เป็นเหตุผล	67.8	10.4	21.7	100.0	$X^2 = 3.32696$
เป็นเหตุผล	55.2	20.7	24.1	100.0	$df = 2$
					$C = 0.8297$
					$P > 0.05$
รวมจำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 99 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการขาย กับความต้องการซื้อคอนโตมิเนียม พบว่า ความต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง มีความสนใจการส่งเสริมการขายประเภทการลดราคาค่าใช้จ่ายส่วนกลาง และการลดราคาห้องชุด ความต้องการซื้อเพื่อให้เช่า มีความสนใจ การส่งเสริมการขายประเภท การชิงโชค และการลดค่าใช้จ่ายส่วนกลางส่วนเพื่อต้องการให้ญาติ อยู่สนใจการส่งเสริมการขายประเภท การแจกของแถม และการชิงโชค จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า การส่งเสริมการขายทุกประเภทไม่มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความ ต้องการซื้อคอนโตมิเนียมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 100 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ทำเลที่ตั้ง					
ไม่เป็นเหตุผล	25.0	25.0	50.0	100.0	
เป็นเหตุผล	69.3	10.3	20.4	100.0	$X^2 = 20.26263$ $df = 2$ $C = 0.20126$ $P < 0.01$
ชื่อเสียงเจ้าของกิจการ					
ไม่เป็นเหตุผล	64.2	12.1	23.8	100.0	
เป็นเหตุผล	72.3	9.2	18.5	100.0	$X^2 = 3.27669$ $df = 2$ $C = 0.08234$ $P > 0.05$

ตารางที่ 100 (ต่อ)

ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ผู้บริหารโครงการ					
ไม่เป็นเหตุผล	66.7	10.8	22.6	100.0	
เป็นเหตุผล	68.5	12.0	19.4	100.0	$X^2 = 0.54417$
					df = 2
					C = 0.03365
					P > 0.05
วัสดุก่อสร้าง					
ไม่เป็นเหตุผล	60.5	8.0	31.5	100.0	
เป็นเหตุผล	70.4	12.6	17.0	100.0	$X^2 = 13.91450$
					df = 2
					C = 0.16784
					P < 0.01

ตารางที่ 100 (ต่อ)

ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ขนาดพื้นที่					
ไม่เป็นเหตุผล	68.1	7.0	24.9	100.0	
เป็นเหตุผล	66.1	14.7	19.1	100.0	$\chi^2 = 8.41208$
					df = 2
					C = 0.13124
					P < 0.03
รูปแบบโครงการ					
ไม่เป็นเหตุผล	66.5	6.8	26.7	100.0	
เป็นเหตุผล	67.5	14.2	18.2	100.0	$\chi^2 = 9.74813$
					df = 2
					C = 0.14108
					P < 0.01
สิ่งอำนวยความสะดวก					
ไม่เป็นเหตุผล	61.3	11.7	27.0	100.0	
เป็นเหตุผล	68.8	10.8	20.3	100.0	$\chi^2 = 2.54035$
					df = 2
					C = 0.07256
					P > 0.05

ตารางที่ 100 (ต่อ)

ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม	ความต้องการคอนโดมิเนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
ราคา					
ไม่เป็นเหตุผล	64.4	13.5	22.1	100.0	
เป็นเหตุผล	67.8	10.4	21.8	100.0	$X^2 = 0.8476$
					df = 2
					C = 0.04199
					P > 0.05
สถานที่ตั้งสำนักงาน					
ไม่เป็นเหตุผล	66.9	11.6	21.5	100.0	
เป็นเหตุผล	68.2	7.6	24.2	100.0	$X^2 = 1.04232$
					df = 2
					C = 0.04655
					P < 0.05
วิธีการขายโครงการ					
ไม่เป็นเหตุผล	67.6	10.1	22.3	100.0	
เป็นเหตุผล	61.6	22.2	16.7	100.0	$X^2 = 5.09564$
					df = 2
					C = 0.10249
					P > 0.05

ตารางที่ 100 (ต่อ)

ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ คอน โดมิ เนียม	ความต้องการคอน โดมิ เนียม			รวม ร้อยละ	ทดสอบทางสถิติ
	ต้องการ อยู่เอง	ต้องการ ให้เช่า	ต้องการ ให้ญาติอยู่		
การส่งเสริมการขาย ไม่เป็นเหตุผล	67.8	10.6	21.7	100.0	$\chi^2 = 6.59505$ $df = 2$ $C = 0.03522$ $P > 0.05$
เป็นเหตุผล	64.6	13.4	22.0	100.0	
รวม จำนวน	67.1 322	11.0 53	21.9 105	100.0 480	

จากตารางที่ 100 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อคอน โดมิ เนียมกับความ
ต้องการซื้อ พบว่า ความต้องการซื้อเพื่ออยู่เอง ต้องการปัจจัยด้านชื่อเสียงเจ้าของโครงการ
กับวัสดุก่อสร้าง ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ความต้องการซื้อเพื่อให้เช่า ต้องการปัจจัยด้านวิธีการขาย
และขนาดพื้นที่ ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ส่วนความต้องการซื้อเพื่อญาติอยู่นั้นต้องการปัจจัยด้านสถานที่
ที่ตั้งสำนักงาน และการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ จากการทดสอบทางสถิติ
พบว่าปัจจัยด้าน ทำเลที่ตั้ง วัสดุก่อสร้าง ขนาดพื้นที่ และรูปแบบโครงการ มีความสัมพันธ์กับความ
แตกต่างของความต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านชื่อเสียงของ โครงการ
ผู้บริหารโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก ราคา สถานที่ตั้งสำนักงานขาย วิธีการขาย
และการส่งเสริมการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของความต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญ
ที่ระดับ 0.05

4.2 ข้อมูลทั่วไปของ โครงการคอนโทมิเนียม

4.2.1 ลักษณะทั่วไปของ โครงการคอนโทมิเนียม

ตารางที่ 101 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม พ.ศ.ที่เริ่ม
เปิดดำเนินการขาย

พ.ศ.	จำนวน	ร้อยละ
2530	10	18.9
2531	-	-
2532	7	13.2
2533	5	9.4
2534	11	20.8
2535	8	15.1
2536	9	17.0
2537	3	5.7
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 101 โครงการคอนโทมิเนียมที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเปิด
ดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2534 ร้อยละ 20.8 ปี พ.ศ. 2530 ร้อยละ 18.9 ปี พ.ศ.2536
ร้อยละ 17.0ปี พ.ศ. 2535 ร้อยละ 15.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 102 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดการขาย

การเปิดการขาย	จำนวน	ร้อยละ
เปิดการขาย	32	60.4
ยังไม่เปิดการขาย	21	39.6
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 102 โครงการคอนโดมิเนียม ที่ตอบแบบสอบถาม เปิดการขาย ร้อยละ 60.4 และยังไม่เปิดการขาย ร้อยละ 39.6

ตารางที่ 103 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอมแบบสอบถามและปิดการขายแล้วจําแนกตาม พ.ศ. ที่ปิดการขาย

จะปิดการขายเมื่อ	จำนวน	ร้อยละ
2532	3	5.7
2533	6	11.3
2534	7	13.2
2535	3	5.7
2536	6	11.3
2537	5	9.4
2538	2	3.8
รวม	32	100.0

จากตารางที่ 103 โครงการที่ตอมแบบสอบถาม ที่ปิดการขายแล้วใน พ.ศ. 2534 ร้อยละ 13.2 พ.ศ. 2533 ร้อยละ 11.3 พ.ศ. 2536 ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 104 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามและยังไม่เปิดการขายจำแนกตาม พ.ศ. ที่คาดว่าจะเปิดการขาย

คาดว่าจะเปิดการขายเมื่อ	จำนวน	ร้อยละ
2539	5	23.8
2540	6	28.5
2541	1	4.7
2542	4	19.0
2543	1	4.7
2544	4	19.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 104 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม คาดว่าจะเปิดการขายใน ปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 28.3 พ.ศ. 2539 ร้อยละ 23.8 พ.ศ. 2542 ร้อยละ 19.0 และ พ.ศ.2544 ร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 105 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการสร้างเสร็จ

การสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
โครงการสร้างเสร็จ	37	69.8
โครงการยังสร้างไม่เสร็จ	16	30.2
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 105 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม สร้างเสร็จแล้ว ร้อยละ 69.8 และที่ยังสร้างไม่เสร็จ ร้อยละ 30.2

4.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการ

ตารางที่ 106 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

รายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	จำนวน	ร้อยละ
5,000	5	9.4
7,000	2	3.8
10,000	22	41.5
15,000	10	18.9
20,000	6	11.3
30,000	2	3.8
50,000	6	11.3
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 106 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีรายได้ 10,000 บาท ร้อยละ 41.5 รายได้ 15,000 บาท ร้อยละ 18.9 รายได้ 20,000 บาท ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 107 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

อาชีพของกลุ่มลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	38	32.5
พนักงานบริษัทเอกชน	28	23.9
ข้าราชการ	22	18.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	18.8
นักศึกษา	7	6.0
รวม	117	100.0

จากตารางที่ 107 โครงการที่ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้ามีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด ร้อยละ 32.5 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 23.9 และข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 18.8 เท่ากัน

ตารางที่ 108 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจุดเด่นของโครงการ

จุดเด่นของ โครงการ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบของ โครงการ	35	66.0
ราคา	16	30.2
วิธีการจัดจำหน่าย	1	1.9
การส่งเสริมการตลาด	1	1.9
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 108 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ที่มีจุดเด่นที่รูปแบบของโครงการ ร้อยละ 66.0 ราคา ร้อยละ 30.2 วิธีการจัดจำหน่าย ร้อยละ 1.9 และการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 1.9

4.2.3 รูปแบบโครงการคอนกรีตเสริม

ตารางที่ 109 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ออกแบบสอบถามเกี่ยวกับขนาดและราคาห้องชุดของคอนโดมิเนียม

ขนาดและราคาห้องชุด	จำนวน	ร้อยละ
ขนาด 24 ตรม. ราคา 300,000 บาท	1	1.5
ขนาด 24 ตรม. ราคา 350,000 บาท	1	1.5
ขนาด 25 ตรม. ราคา 400,000 บาท	1	1.5
ขนาด 27 ตรม. ราคา 630,000 บาท	2	3.0
ขนาด 27 ตรม. ราคา 350,000 บาท	2	3.0
ขนาด 28 ตรม. ราคา 400,000 บาท	1	1.5
ขนาด 30 ตรม. ราคา 350,000 บาท	2	3.0
ขนาด 30 ตรม. ราคา 390,000 บาท	1	1.5
ขนาด 30 ตรม. ราคา 450,000 บาท	2	3.0

ตารางที่ 109 (ต่อ)

ขนาดและราคาห้องชุด	จำนวน	ร้อยละ
ขนาด 30 ตรม. ราคา 500,000 บาท	3	4.5
ขนาด 30 ตรม. ราคา 300,000 บาท	1	1.5
ขนาด 30 ตรม. ราคา 360,000 บาท	1	1.5
ขนาด 30 ตรม. ราคา 380,000 บาท	2	3.0
ขนาด 30 ตรม. ราคา 400,000 บาท	3	4.5
ขนาด 30 ตรม. ราคา 450,000 บาท	2	3.0
ขนาด 32 ตรม. ราคา 400,000 บาท	2	3.0
ขนาด 32 ตรม. ราคา 500,000 บาท	4	6.1
ขนาด 32 ตรม. ราคา 800,000 บาท	1	1.5
ขนาด 34 ตรม. ราคา 500,000 บาท	1	1.5
ขนาด 38 ตรม. ราคา 600,000 บาท	2	3.0
ขนาด 38 ตรม. ราคา 400,000 บาท	1	1.5
ขนาด 40 ตรม. ราคา 400,000 บาท	2	3.0
ขนาด 40 ตรม. ราคา 380,000 บาท	1	1.5
ขนาด 41 ตรม. ราคา 645,000 บาท	1	1.5
ขนาด 42 ตรม. ราคา 900,000 บาท	2	3.0
ขนาด 45 ตรม. ราคา 500,000 บาท	2	3.0
ขนาด 45 ตรม. ราคา 1,000,000 บาท	1	1.5
ขนาด 45 ตรม. ราคา 1,134,000 บาท	2	3.0
ขนาด 45 ตรม. ราคา 1,459,000 บาท	1	1.5

ตารางที่ 109 (ต่อ)

ขนาดและราคาห้องชุด	จำนวน	ร้อยละ
ขนาด 47 ตรม. ราคา 1,171,000 บาท	2	3.0
ขนาด 45 ตรม. ราคา 600,000 บาท	1	1.5
ขนาด 50 ตรม. ราคา 800,000 บาท	1	1.5
ขนาด 55 ตรม. ราคา 750,000 บาท	2	3.0
ขนาด 60 ตรม. ราคา 700,000 บาท	2	3.0
ขนาด 60 ตรม. ราคา 600,000 บาท	3	4.5
ขนาด 60 ตรม. ราคา 1,769,000 บาท	1	1.5
ขนาด 64 ตรม. ราคา 400,000 บาท	2	3.0
ขนาด 68 ตรม. ราคา 1,000,000 บาท	1	1.5
ขนาด 95 ตรม. ราคา 1,500,000 บาท	2	3.0
ขนาด 96 ตรม. ราคา 2,452,000 บาท	2	3.0
รวม	66	100.0

ตารางที่ 110 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
ยามรักษาความปลอดภัย	50	15.4
ลานจอดรถ	49	15.1
บริการทำความสะอาด	45	13.8
โทรศัพท์สายตรง	44	13.5
ร้านซักอบรีด	29	8.9
ร้านอาหาร	24	7.4
อื่นๆ	24	7.4
สถานรับเลี้ยงเด็กอ่อน	23	7.2
สวนหย่อม	19	5.8
ร้านเสริมสวยหรือร้านตัดผม	12	3.7
สนามเด็กเล่น	3	0.9
คลินิกรักษาพยาบาล	3	0.9
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 110 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ยามรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 15.4 ลานจอดรถ ร้อยละ 15.1 และบริการทำความสะอาด ร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 111 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ตั้งโครงการ เพื่อจูงใจลูกค้า

สถานที่ตั้งโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
การคมนาคมสะดวก	48	26.4
ใกล้ที่วัดที่ศรัทธา	34	18.7
ใกล้มหาวิทยาลัย	30	16.5
ใกล้ที่ทำงาน	24	13.2
ใกล้โรงพยาบาล	24	13.2
ใกล้ศูนย์การค้า	22	12.1
รวม	182	100.0

จากตารางที่ 111 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ต่อสถานที่ตั้งโครงการเพื่อจูงใจลูกค้า โดย มีสถานที่ตั้ง ซึ่งการคมนาคมสะดวกมากที่สุด ร้อยละ 26.4 ใกล้ที่วัดที่ศรัทธา ร้อยละ 18.7 และใกล้มหาวิทยาลัย ร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 112 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจุดเด่นรูปแบบของโครงการ

จุดเด่นรูปแบบของ โครงการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งของ โครงการ	23	43.4
รูปแบบของอาคาร	12	22.6
วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง	6	11.3
จำนวนชั้นของ โครงการ	5	9.4
จำนวนห้องของ โครงการ	-	-
ขนาดของห้องชุด	5	9.4
สิ่งอำนวยความสะดวก	2	3.8
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 112 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม มีจุดเด่นของโครงการ โดยเป็นสถานที่ตั้งของโครงการ ร้อยละ 43.4 รูปแบบของโครงการ ร้อยละ 22.6 และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 113 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความแตกต่างของ ลักษณะรูปแบบโครงการกับคู่แข่งชั้น

ความแตกต่างระหว่างคู่แข่งชั้น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แตกต่าง	30	56.6
แตกต่าง	23	43.4
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 113 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่แตกต่างจากคู่แข่งชั้น ร้อยละ 56.6 และแตกต่าง ร้อยละ 43.4

4.2.4 ราคาของโครงการคอนกรีตเสริม

ตารางที่ 114 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ออกแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของการชำระเงินในการขายห้องชุด

ประเภทการชำระเงินในการขาย	จำนวน	ร้อยละ
เงินเชื่อ	44	83.0
เงินสด	9	17.0
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 114 โครงการที่ออกแบบสอบถาม การขายห้องชุดส่วนมากชำระเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 83.0 และเงินสด ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 115 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนเงินจอง
ของลูกค้า

จำนวนเงินจองของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1,000 บาท	2	3.8
2,000 บาท	2	3.8
3,000 บาท	1	1.9
5,000 บาท	19	35.8
10,000 บาท	22	41.5
20,000 บาท	5	9.4
30,000 บาท	1	1.9
50,000 บาท	1	1.9
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 115 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนเงินจองของลูกค้า
10,000 บาท ร้อยละ 41.5 จอง 5,000 บาท ร้อยละ 35.8 และ 20,000 บาท
ร้อยละ 9.4

ตารางที่ 116 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการชำระเงินตาวน

จำนวนเงินการชำระเงินตาวน	จำนวน	ร้อยละ
10 %	5	9.4
15 %	1	1.9
20 %	3	5.7
25 %	2	3.8
30 %	36	67.9
40 %	4	7.5
50 %	2	3.8
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 116 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ต้องการการชำระเงินตาวน จำนวน 30% ร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ 10% ร้อยละ 9.4 และ 40% ร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 117 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
200 บาท	2	3.8
250 บาท	4	7.5
300 บาท	5	9.4
400 บาท	4	7.5
500 บาท	18	34.0
600 บาท	3	5.7
700 บาท	2	3.8
800 บาท	1	1.9
900 บาท	1	1.9
1,000 บาท	12	22.6
1,500 บาท	1	1.9
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 117 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม เสียค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน จำนวน 500 บาท ร้อยละ 34.0 จำนวน 1,000 บาท ร้อยละ 22.6 และ 300 บาท ร้อยละ 9.4

ตารางที่ 118 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับราคาของโครงการ

ราคาห้องชุดอยู่ในระดับ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นโครงการคอนโดมิเนียมราคาปานกลาง	40	75.5
เป็นโครงการคอนโดมิเนียมราคาสูง	11	20.8
เป็นโครงการคอนโดมิเนียมราคาต่ำ	2	3.8
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 118 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม เป็นโครงการที่มีราคาปานกลาง ร้อยละ 75.5 ในระดับสูง ร้อยละ 20.8 และระดับต่ำ ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 119 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอนแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับราคาของโครงการมีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นที่มีรูปแบบเหมือนโครงการท่านหรือไม่

ราคาห้องชุดแตกต่างจากคู่แข่งชั้น	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่แตกต่าง	31	58.5
ราคาแตกต่าง	22	41.5
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 119 โครงการที่ตอนแบบสอบถาม มีราคาไม่แตกต่างจากคู่แข่งชั้น ร้อยละ 58.5 และแตกต่าง ร้อยละ 41.5

ตารางที่ 120 อัตราส่วน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้การกำหนดราคาแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือ

สิ่งที่ทำให้การกำหนดราคาต่างจากคู่แข่งชั้น	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งของโครงการ	28	30.1
ขนาดของห้องชุด	19	20.4
การตกแต่งภายในห้องพัก	18	19.4
สิ่งอำนวยความสะดวก	15	16.1
วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง	13	14.0
รวม	93	100.0

จากตารางที่ 120 โครงการที่ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยที่กำหนดราคาต่างจากคู่แข่งชั้น คือ สถานที่ตั้งของโครงการ ร้อยละ 30.1 ขนาดห้องชุด ร้อยละ 20.4 และการตกแต่งภายในร้อยละ 19.4 ตามลำดับ

4.2.5 การจัดจำหน่ายของโครงการคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 121 แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอนแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายของโครงการ

การจัดจำหน่ายของโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
จำหน่ายโดยเจ้าของโครงการ	41	77.4
จำหน่ายโดยตัวแทนจำหน่าย	12	22.6
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 121 โครงการที่ตอนแบบสอบถาม มีการจัดจำหน่าย โดยเจ้าของโครงการร้อยละ 77.4 และจำหน่ายโดยตัวแทน ร้อยละ 22.6

ตารางที่ 122 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายของ
โครงการ

สถานที่การจัดจำหน่ายของโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
ที่โครงการตั้งอยู่	37	69.8
สำนักงานชาย	8	15.1
สำนักงานชายของตัวแทนจัดจำหน่าย	4	7.5
บูธในห้างสรรพสินค้า	4	7.5
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 122 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม สถานที่จัดจำหน่ายโครงการ
ส่วนมากตั้งอยู่ ณ สถานที่ตั้งของโครงการ ร้อยละ 69.8 สำนักงานชาย ร้อยละ 15.1
ตามลำดับ

ตารางที่ 123 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายของโครงการ มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นหรือไม่

ความแตกต่างของการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แตกต่าง	44	83.0
แตกต่าง	9	17.0
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 123 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความแตกต่างของการจัดจำหน่ายจากคู่แข่งชั้น ร้อยละ 83.0 และแตกต่าง ร้อยละ 17.0

4.2.6 ลักษณะการส่งเสริมการตลาดของคนโตม้เนียม

ตารางที่ 124 แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของโครงการ

การส่งเสริมการตลาดของ โครงการ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	25	26.6
ใช้พนักงานขายติดต่อกับลูกค้า	36	38.3
การส่งเสริมการขาย	12	12.8
การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	21	22.3
รวม	94	100.0

จากตารางที่ 124 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม มีการส่งเสริมการตลาด โดยใช้พนักงานขาย ร้อยละ 38.3 การโฆษณา ร้อยละ 26.6 และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 22.3

ตารางที่ 125 แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณาโครงการ

ประเภทของสื่อที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	23	50.0
วิทยุ	12	26.1
นิตยสาร	10	21.7
โทรทัศน์	1	2.2
รวม	46	100.0

จากตารางที่ 125 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ใช้สื่อประเภทหนังสือพิมพ์มากที่สุด ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 26.1 และนิตยสาร ร้อยละ 21.7

ตารางที่ 126 แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย

เครื่องมือในการส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาหึ่งชุด	27	69.2
การลดราคาค่าใช้จ่ายส่วนกลาง	6	15.4
การแจกของแถม	6	15.4
การชิงโชค	-	-
รวม	39	100.0

จากตารางที่ 126 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการขาย โดยการลดค่านึ่งชุด ร้อยละ 69.2 รองลงมา คือ การลดค่านึ่งจ่ายส่วนกลาง และการแจกของแถม ร้อยละ 15.4 เท่ากัน

ตารางที่ 127 แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น

ความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แตกต่าง	51	96.2
แตกต่าง	2	3.8
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 127 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความแตกต่างด้านการส่งเสริมการตลาดจากคู่แข่งชั้น ร้อยละ 96.2 และแตกต่าง ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 128 แสดงจำนวนร้อยละของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ตามความสามารถที่จะจ่ายจริง	45	84.9
กำหนดเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย	6	11.3
วิธีเปรียบเทียบจากคู่แข่งอื่น	-	-
กำหนดจากวัตถุประสงค์และงาน	2	3.7
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 128 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม มีการกำหนดค่าใช้จ่ายทางการตลาดตามความสามารถที่จะจ่ายจริง ร้อยละ 84.9

ส่วนที่ 3 ปัญหาของโครงการคอนกรีตเสริม

ตารางที่ 129 แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น
ในโครงการ

ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าที่ซื้อห้องชุดไม่เข้ามาอยู่ทำให้เกิดปัญหา ห้องว่าง	34	37.8
ไม่สามารถเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้	19	21.2
การแข่งขันสูง	17	18.9
ต้นทุนในการก่อสร้างสูงทำให้ราคาห้องชุดสูง ทำให้ลูกค้าเป้าหมายไม่สนใจ	7	7.8
หาผู้บริหารที่มีความสามารถไม่ได้	7	7.7
หาพนักงานที่ประจำโครงการได้ยาก	4	4.4
ธนาคารไม่ค่อยจะอนุมัติสินเชื่อ	2	2.2
รวม	90	100.0

จากตารางที่ 129 โครงการที่ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการ
มากที่สุดคือ ห้องว่าง เนื่องจากลูกค้าไม่เข้ามาอยู่ ร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ ไม่สามารถ
เก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้ ร้อยละ 21.2 และการแข่งขันสูง ร้อยละ 18.9 ตามลำดับ