

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า

สายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

**FACTORS INFLUENCING DECISION MAKING ON PURCHASING CONDOMINIUMS
ALONG THE BTS GREEN LINE MO CHIT - SAPHAN MAI – KHU KHOT OF THE
CONSUMERS IN BANGKOK**

Assembly

จิราภรณ์ จันทร์หุณี

สาขาวิชาการจัดการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

JEERAPORN JANHUNEE

Education Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่มีอายุ 20ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบมาตราประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า เพศของประชากรในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตโดยรวมไม่แตกต่างกัน อายุของประชากรในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตโดยรวมแตกต่างกัน สถานภาพของประชากรในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตโดยรวมแตกต่างกัน ระดับการศึกษาของประชากรในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตโดยรวมไม่แตกต่างกัน อาชีพของประชากรในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตโดยรวมไม่แตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนของประชากรในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตโดยรวมแตกต่างกัน ภาระหนี้สินของประชากรในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตโดยรวมแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่วนตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ , ปัจจัยด้านราคา , ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด) ส่งผลต่อตัวแปรตาม (การตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร) คิดเป็นร้อยละ 64.90

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the demographic factors affecting the decision to buy condominiums along the BTS Green Line Mo Chit - Saphan Mai - Khu Khot for consumers in Bangkok. of consumers in Bangkok to study the factors of marketing mix , Decision to buy condominiums along the BTS Green Line Mo Chit - Saphan Mai - Khu Khot for consumers in Bangkok. research on factors that influence people to purchase a condominium BTS Green Line Mo Chit - Saphan Mai - Khu Khot for consumers in Bangkok.

The main concept idea of this research comprises of a 4Ps marketing factor and a demography factor. questionnaire and survey of 400 samples have been conducted. According to analysis from descriptive statistics, including distribution frequency, percentage, mean and standard deviation, and inferential statistics which tested the hypothesis with the one-way analysis of variance (ANOVA), factor analysis and multiple linear regressions, the research result showed that influential elements for purchasing a condominium which are location and its facilities, price, product.

Regard to the demography factor, including gender, age, status, education , occupation ,salary ,and debt all elements influence consumers' decision on purchasing a condominium along BTS Green Line Mo Chit - Saphan Mai - Khu Khot for consumers in Bangkok

Keyword: CONDOMINIUM , SKYTRAIN ,DETERMINATION

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์จะแสวงหาถิ่นฐานที่อยู่อาศัยที่มีความมั่นคงปลอดภัย และเอื้ออำนวยความสะดวกและเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตให้แก่ตนเองมากที่สุด โดยที่อยู่อาศัยของมนุษย์นั้นจะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพความเป็นอยู่ของสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ตลอดจนอิทธิพลของความเจริญทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ ในปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ประชาชนต้องใช้เวลาในการประกอบอาชีพของตนเองมากขึ้น การก่อสร้างที่อยู่อาศัยด้วยตนเองกระทำไม่ได้ไม่สะดวก และการใช้ชีวิตในการทำงานที่เร่งรีบ การหาที่อยู่อาศัยที่ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง การเข้าสถานพยาบาลและสิ่งอำนวยความสะดวก

ผู้วิจัยสนใจศึกษาธุรกิจคอนโดมิเนียมรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ที่เพิ่งเปิดให้บริการเมื่อปี 2562 ได้มีการก่อสร้างคอนโดเกิดขึ้นใหม่อยู่เป็นจำนวนมาก และตอบโจทย์ในเรื่องความสะดวกในการเดินทาง ปกติเดินทางโดยใช้รถยนต์กว่าจะเข้าไปถึงใจกลางเมืองใช้เวลาไป 2-3 ชั่วโมง แต่ถ้าเปลี่ยนมาใช้รถไฟฟ้าสายสถานีคูคต ไปถึงสถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จะใช้เวลาเพียง 35 นาทีเท่านั้นเอง และค่าบริการโดยสารรถไฟฟ้าอยู่เพียงแค่หลักสิบ ไม่ใช่แค่ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงความเจริญที่เกิดขึ้นในภาคอสังหาริมทรัพย์ เมื่อขารถไฟฟ้าจะตัดผ่านก็ได้รับความสนใจจากนักลงทุนเป็นจำนวนมาก นักลงทุนแห่ซื้อคอนโดใกล้รถไฟฟ้าสายสีเขียวกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงสถานีที่ห้าแยกลาดพร้าว-สถานีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มองจากมุมมองของนักลงทุนแล้วมีศักยภาพโดดเด่นที่สุด เพราะอยู่ใกล้ความเจริญ และใกล้สถานีเชื่อมต่อหมอชิต ครอบคลุมด้วยแหล่งช้อปปิ้งชั้นนำต่างๆ และมหาวิทยาลัยชั้นนำ ซึ่งราคาที่ดินก็ปรับขึ้นมาแพงเช่นกันรวมทั้งราคาคอนโดมิเนียมด้วย เมื่อรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต เข้าถึง ราคาที่ดินก็ย่อมแพงขึ้นด้วย

ดังนั้นนักลงทุนจึงเริ่มเปลี่ยนทิศทางทำเลใหม่ด้วยการขยายไปยังบริเวณสถานีสะพานใหม่ แม้ว่า จะขยายไปได้ก็ยังมีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ที่ต้องมีการควบคุมความสูงของตัวอาคาร เนื่องจากอยู่ใกล้สนามบินนั่นเอง ดังนั้นคอนโดที่จะสร้างอาจจะต้องเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบ Low Rise แทน High Rise “ราคาที่ดิน ย่านลาดพร้าว ประมาณตารางวาละ 3 แสนบาท แกร์ชโยธินตารางวาละ 2-2.5 แสนบาท ใกล้เคียงกับ แยกเกษตรฯ ส่วนย่านสะพานใหม่ตารางวาละ 1-1.5 แสนบาท และสุดเส้นทางที่ถนนลำลูกกา คลองสอง ตารางวาละ 6-7 หมื่นบาท” เมื่อรถไฟฟ้าสายสีเขียวนี้สร้างเสร็จ ความเจริญเกิดขึ้น บ้านเมืองก็เจริญขึ้น คนเข้ามาอาศัยก็จะมีมากขึ้น ทำให้ร้านค้าขนาดเล็กทั้งหลายก็จะเกิดขึ้น สร้างตัวเลือกให้กับผู้บริโภคได้เยอะมากขึ้น สามารถซื้อของได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ตอบโจทย์ชีวิตของความเป็นคนเมืองไปได้อีกหนึ่งขั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

1.2.2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

1.2.3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

1.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร มีหลายปัจจัยที่ส่งผล แต่การวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะศึกษาในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์และด้านส่วนประสมทางการตลาดเป็นการศึกษาสำรวจตามขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภาระหนี้สิน ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมทางการตลาด และศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจ

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่าง สามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 % และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 %

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เริ่มดำเนินการ ตั้งแต่ เดือน กันยายน พ.ศ.2564 – พฤศจิกายน พ.ศ. 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภครในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต และสามารถนำไปกำหนดนโยบายวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ทันต่อสถานการณ์การแข่งขันในตลาด ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภครกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ตอนที่ 4 ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และภาระหนี้สิน ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสาย สีเขียวหมอซิด-สะพานใหม่-คูคตที่ต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ทดสอบ t-test , ANOVA และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอซิด-สะพานใหม่-คูคต ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ทดสอบ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยเห็นได้ชัดเจนว่า ผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ และกลุ่มตัวแปรแต่ละกลุ่มมีแนวโน้มให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละบัจจัยไม่เท่ากัน โดยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย แต่ละข้อได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

พบว่าด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่าผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร มีความหลากหลาย ส่วนใหญ่ อายุต่ำกว่า30ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 10,000 – 20,000 บาท และ ภาระหนี้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาบัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

พบว่าผู้บริโภครในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับทุกบัจจัย ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญตามเกณฑ์การแปรผลคะแนนอยู่ในระดับสำคัญมาก นับเป็นบัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร ซึ่งทั้ง 4 บัจจัยมีความสำคัญตามเกณฑ์การแปรผลคะแนนอยู่ในระดับสำคัญมาก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร โดยในการวิจัยนี้ใช้ด้านการตัดสินใจทั้งหมด4ด้าน พบว่า บัจจัยด้านการรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ ซึ่งทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญตามเกณฑ์การแปรผลคะแนนอยู่ในระดับสำคัญมาก

ข้อจำกัดของงานวิจัย

ข้อจำกัดทางการเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แต่ยังมีด้านอื่นอีกที่จะสามารถศึกษาได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว หมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ของผู้บริโภคนครในกรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้ประกอบการได้นำไปปรับใช้เพื่อทราบความต้องการของผู้บริโภค ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด

บรรณานุกรม

- นิธิวดี สุขโหมค. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ
คอนโดมิเนียมมือสองของผู้อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร: วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาดและการ
บริหารธุรกิจ.
- สุภารัตน์ ความบุตร1 ชาคริต ศรีทอง2.(2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนว เส้นทาง
รถไฟฟ้าสายสีม่วง ของผู้บริโภคน ในเขตนนทบุรี
- นฤตย์อร ศรีคงแก้ว. (2558). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมใน กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครสวรรค์
- กัญพเดช มาเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัด ขอนแก่น.
วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตร มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- กฤษณ์ฐ ฐนวิบูลย์ชัย. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล
- นุสรรา คะเซนชาติ. (2555). พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมชายทะเลหัวหินของ
นักท่องเที่ยว, (รายงานวิจัยปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ.
- ภัทรพงศ์ คู่มณี. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตห้วยขวาง, (งาน
นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะบริหารธุรกิจ.