



รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
ในพื้นที่ต่างจังหวัด

Suited Lifestyle for Living in Condominium in Up-Country Area

ชนรัตน์ โคมอน

Tanarat Komon

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of

Master of Business Administration

Prince of Songkla University

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมใน
พื้นที่ต่างจังหวัด
ผู้เขียน นายธนารัตน์ โคมอน
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา พัฒนา)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

..... กรรมการ

(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

(นายธนารัตน์ โคมน์)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นายชนารัตน์ โคมิน)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด
ผู้เขียน	นายธนารัตน์ โคมิน
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ (2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น และ(3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มี 17 โครงการ จำนวน 352 คน ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ มีทั้งหมด 10 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์ 2) กลุ่มจิตสาธารณะ 3) กลุ่มรักครอบครัว 4) กลุ่มกระตือรือร้น 5) กลุ่มตัวฉัน 6) กลุ่มผ่อนคลาย 7) กลุ่มสันโดษ 8) กลุ่มมอดมัน 9) กลุ่มสุนทรีย์ และ 10) กลุ่มสมดุลชีวิต โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อในการซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีสองกลุ่ม คือ กลุ่มสุนทรีย์ในกระบวนการรับรู้ปัญหาและกลุ่มสันโดษในกระบวนการค้นหาข้อมูล ส่วนกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีเพียงกลุ่มเดียว คือ กลุ่มตัวฉัน ส่วนอีก 9 กลุ่มมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจึงมีความเหมาะสมในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมสามารถจัดทำกลยุทธ์ได้ตรงตามรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย และผู้บริโภคสามารถประเมินตนเองว่ามีความเหมาะสมกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ หรือไม่

(6)

คำสำคัญ : รูปแบบการดำเนินชีวิต คอนโดมิเนียม กระบวนการตัดสินใจซื้อ ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมรอบโครงการ หาดใหญ่

Thesis Title Suited Lifestyle for Living in Condominium in Up-Country Area
Author Mr. Tanarat Komon
Major Program Business Administration
Academic Year 2016

ABSTRACT

This research aims (1) to study the process of condominium buying decision of condominium residents in Hatyai City Municipality, (2) to study and analyze lifestyle of residents living in condominium residents in Hatyai City Municipality according to activities, interests, and opinion and (3) to assess satisfaction of living in condominium among condominium residents in Hatyai City Municipality

This research was conducted through survey research with questionnaires as a tool to collect data from 352 samples of owners and residents of 17 condominium projects in Hatyai City Municipality that registered with Department of Lands within vicinity of Hatyai City Municipality, Songkhla province as at 2015. The data analysis of this research was implemented with Factor Analysis.

The results revealed that lifestyle has been classified into 10 groups, which are 1) Globalized Human 2) Public Consciousness 3) Family Lover 4) Enthusiastic 5) Ego 6) Relax 7) Solitude 8) Determined 9) Aesthetic 10) Life-Balance, from the Factor Analysis. The lifestyle that had not used the decision making process to buy condominiums for living in Hat Yai municipality was divided into two lifestyle: the Aesthetic lifestyle in problem recognition process and the Solitary lifestyle in search process. The Ego lifestyle did not satisfaction of living in condominium among condominium residents in Hatyai City Municipality. In conclusion, the Globalized Human, the Public Consciousness, the Family Lover, the Enthusiastic, the Relax, the Solitude, the Determined, the Aesthetic and the Life-Balance are the suited lifestyle to live in condominium within Hatyai City Municipality.

The condominium entrepreneurs can identify the strategies to meet the lifestyle of their target groups. And, consumers can self-assess whether they are suitable for living in condominiums in Hatyai City Municipality.

Keywords : Lifestyle, Condominium, Buying Decision Process, Satisfaction, Product, Price, Facility, Project Surrounding, Hatyai

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้จากความอนุเคราะห์ของประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำอธิบาย คำแนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือ ตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ รวมทั้งคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ คือ ดร.สุนันทา เหมทานนท์ และ ดร.วัลลภา พัฒนา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำที่ดี และข้อคิดเห็นเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ยิ่ง เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงท่านบุคลากรของหลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลากรุณาตอบสอบถามอันเป็นประโยชน์ รวมทั้งขอขอบคุณผู้จัดการและพนักงานนิติบุคคลของคอนโดมิเนียมทั้ง 17 โครงการ ที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณครอบครัวสำหรับความรัก ความเข้าใจ และการสนับสนุนที่ดีตลอดมา เป็นกำลังใจที่ดีๆ ให้สามารถต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เข้ามาระหว่างทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณ คุณศศิวิมล ช่วยดำรงค์ สำหรับความรัก ความเข้าใจ ความช่วยเหลือ ความห่วงใย กำลังใจและสิ่งดีๆ ที่มอบให้กันเสมอมา

อนึ่งคุณความดี และประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บิดา มารดา ครู อาจารย์ทุกท่านที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม รวมถึงส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ธนรัตน์ โคมิน

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาของปัญหาและปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	5
1.3 สมมติฐาน.....	5
1.4 ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	22
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า.....	30
2.4 คอน โดมิเนียม และพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2551.....	35
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
2.6 กรอบแนวคิด.....	64
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	67
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	67
3.2 เครื่องมือในการวิจัย.....	72
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	83
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
3.5 วิธีการทางสถิติต่างๆ ที่ใช้.....	83
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	87
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	88
4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มกิจกรรม.....	94
4.3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มความสนใจ.....	96
4.4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มความคิดเห็น.....	98

สารบัญ

หน้า

4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	100
4.6 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	111
4.7 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ.....	114
4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	116
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	129
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	130
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	138
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	148
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	149
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	151
บรรณานุกรม.....	152
ภาคผนวก ก เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย.....	160
ภาคผนวก ข ประวัติผู้เขียน.....	173

สารบัญญัตินำ

หน้า

ตารางที่

2.1 แสดงแนวทางในการตั้งคำถามสำหรับการวัดแบบ AIOs.....	22
2.2 แสดงการเปรียบเทียบแนวทางการศึกษาการตัดสินใจ.....	28
3.1 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ด้านกิจกรรม.....	72
3.2 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ด้านความสนใจ.....	74
3.3 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ด้านความคิดเห็น.....	75
3.4 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	76
3.5 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ของความพึงพอใจหลังการพักอาศัย ในคอนโดมิเนียม.....	77
3.6 แสดงข้อคำถามเฉพาะข้อที่เปลี่ยนแปลงในส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต หลังการทำ IOC.....	81
3.7 แสดงข้อคำถามเฉพาะข้อที่เปลี่ยนแปลงในส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม หลังการทำ ICO.....	82
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	88
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	88
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	89
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	89
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	90
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	90
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย ของครอบครัวต่อเดือน.....	91
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิก ของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน.....	92
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ.....	93
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง.....	94
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง.....	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง.....	98
4.13 แสดงการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต จากมาตรวัดแบบ AIOs โดยวิธีการวิเคราะห์หองค์ประกอบหลัก (Factor Analysis).....	100
4.14 แสดงการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต จากมาตรวัดแบบ AIOs โดยวิธีการวิเคราะห์หองค์ประกอบหลัก (Factor Analysis) ปรับแก้ตัด cross loading.....	102
4.15 แสดงกลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มนุษย์โลกาภิวัตน์”.....	105
4.16 แสดงกลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “จิตสาธารณะ”.....	106
4.17 แสดงกลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “รักครอบครัว”.....	106
4.18 แสดงกลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “กระตือรือร้น”.....	107
4.19 แสดงกลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ตัวฉัน”.....	107
4.20 แสดงกลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ผ่อนคลาย”.....	108
4.21 แสดงกลุ่มที่ 7 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สั้น โดย”.....	108
4.22 แสดงกลุ่มที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มาดมั่น”.....	109
4.23 แสดงกลุ่มที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สุนทรีย์ยะ”.....	109
4.24 แสดงกลุ่มที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สมดุลชีวิต”.....	109
4.25 แสดงการวิเคราะห์หาจำนวนสมาชิกของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้ง 10 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster analysis)	110
4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	111
4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	114
4.28 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ ต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่.....	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.29 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา.....	118
4.30 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูล.....	120
4.31 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือก.....	122
4.32 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการตัดสินใจ.....	125
4.33 แสดงการตรวจสอบตัวแปรอิสระรูปแบบการดำเนินชีวิตและ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่.....	127
4.34 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตและ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่.....	128

สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพที่

2.1 แสดงลำดับชั้นที่ซับซ้อน (Double hierarchy) ของการวัดแบบ VALS.....	15
2.2 แสดงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตตามแบบ VALS 2.....	18
2.3 แสดงวิธีการจัดกลุ่มแบบ PRIZM NE.....	20
2.4 แสดงแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดย Hawkins, Best and Coney.....	24
2.5 แสดงขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ.....	25
2.6 แสดงอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Lifestyle Influences on Consumer Decisions).....	29
2.7 แสดงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	33
3.1 แสดงผังตำแหน่งที่ตั้งของคอนโดมิเนียมที่ใช้ในการวิจัย ผ่านการประยุกต์ใช้โปรแกรม Google Earth.....	69

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหาและปัญหา

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางด้านต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม มีความแตกต่างที่ชัดเจนและเกิดขึ้นตลอดเวลา หากย้อนไปในช่วง พ.ศ. 2503-2513 หรือเมื่อประมาณ 50 ปีก่อน ประชากรโลกได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยร้อยละ 70 ของประชากรโลกอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา ในแต่ละปีประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้มีประชากรเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่สูงประมาณร้อยละ 3 เนื่องจากแต่ละปีมีเด็กเกิดมาก แต่การตายน้อยลงอย่างฉับพลัน ปรากฏการณ์ที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศกำลังพัฒนาเช่นนี้ เรียกกันว่าระเบิดประชากร (population bomb หรือ population explosion) (ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2550) สำหรับปัจจุบัน พ.ศ. 2559 มีจำนวนประชากรโลก 7,400 ล้านคน และมีการคาดการณ์ว่าจำนวนประชากรจะเพิ่มเป็น 8,000 ล้านคนในปี พ.ศ. 2567 จากนั้นก็จะครบ 10,000 ล้านคนในปี พ.ศ. 2599 (Dadax Company, 2559: ออนไลน์)

จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้เมืองเกิดการพัฒนาและเติบโตขึ้น เพราะการย้ายถิ่นเข้ามาของประชากรในชนบท รวมถึงอัตราการเพิ่มขึ้นตามธรรมชาติของเมืองอยู่ในอัตราที่สูงพอจะทำให้การขยายของเมืองเป็นไปอย่างต่อเนื่องในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายรวมทั้งประเทศไทย (อภิชาติ จำรัสฤทธิรงค์ และอรทัย หรุเจริญพรพานิช, 2550) เมื่อพิจารณาความหนาแน่นของประชากรโลก (จำนวนประชากรต่อพื้นที่หนึ่งตารางกิโลเมตร) พบว่าในปี พ.ศ. 2543 มีความหนาแน่น 45 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร และจะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 61 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ. 2573 โดยกลุ่มประเทศในเอเชียมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของความหนาแน่นของประชากรโลก จาก 116 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ. 2543 เป็น 155 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ. 2573 สำหรับประเทศไทยในช่วงเวลาเดียวกันจะมีการเพิ่มจาก 118 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร เป็น 135 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร นอกจากนี้ จากการศึกษาของ International Food Policy Research Institute ได้อธิบายว่า ประมาณร้อยละ 90 ของการเพิ่มขึ้นของประชากรในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มขึ้นของประชากรที่อยู่อาศัยในเขตเมือง โดยมากกว่าร้อยละ 40 ของประชากรในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง (Low and Middle-Income Countries) เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง นอกจากนี้ การศึกษายังคาดประมาณไว้ว่า ภายในปี พ.ศ. 2563 มากกว่าครึ่งของประชากรในกลุ่มประเทศแอฟริกาและเอเชียจะเป็นประชากรที่อยู่อาศัยในเขตเมือง กรณีของประเทศไทยได้มีการคาดการณ์ว่า มีแนวโน้มการ

เพิ่มขึ้นของประชากรที่จะเข้ามาอยู่อาศัยในเขตเมือง ซึ่งจะส่งผลต่อการลดลงของจำนวนประชากรในเขตชนบทด้วย โดยจากการพยากรณ์ของ Population Division of the Department of Economics and Social Affairs ของสำนักงานเลขาธิการขององค์การสหประชาชาติคาดว่า จำนวนประชากรในเขตเมืองของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 37 ในปี พ.ศ. 2543 เป็นร้อยละ 54 ในปี พ.ศ. 2573 (บึงปอนด์ รักอำนวยกิจ และพิริยะ ผลพิรุฬห์, 2550)

การพัฒนาเขตเมืองของประเทศไทยเป็นการพัฒนาแบบกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ ซึ่งมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 5 และมีประชากรที่เข้าใกล้ 10 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 ซึ่งมากเป็นอันดับ 9 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนเขตเมืองอื่นๆ ในประเทศไทยล้วนมีประชากรไม่ถึง 500,000 คน โดยรวมค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของประชากรเมืองในประเทศไทยอยู่ที่ 4,000 คนต่อตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ.2543 และเพิ่มขึ้นเป็น 4,300 คนต่อตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ. 2553 ซึ่งน้อยกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคที่เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 5,800 คนต่อตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ. 2553 โดยหาดใหญ่เป็นเขตเมืองที่มีความหนาแน่นมากที่สุด 5,900 คนต่อตารางกิโลเมตรและรองลงมาคือเชียงใหม่ 5,000 คนต่อตารางกิโลเมตร (The world bank, 2558)

การกระจายเชิงพื้นที่ของพื้นที่เมืองในประเทศไทยเป็นแบบเอกนคร คือ มีกรุงเทพมหานครเป็นเมืองโตเดี่ยวเพียงเมืองเดียว อย่างไรก็ตามการเป็นเอกนครมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากค่าดัชนีความเป็นเอกนครหรืออัตราส่วนระหว่างประชากรในเมืองอันดับหนึ่งและประชากรในเมืองอันดับสองลดลงจาก 34.9 ในปี พ.ศ. 2546 เป็น 23.9 ในปี พ.ศ. 2553 ที่น่าสังเกตคือ เมืองหาดใหญ่กลายเป็นศูนย์กลางเมืองใหญ่อันดับสอง ส่งผลให้จังหวัดสงขลาเลื่อนอันดับในการรองรับประชากรเมืองจากอันดับ 6 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นอันดับ 3 ของประเทศในปี พ.ศ. 2553 (พันธทิพย์ จงโกธ และ ชนมณี ทองใบ, 2557)

จากข้อมูลข้างต้นเมืองหาดใหญ่เป็นเขตเมืองที่มีความหนาแน่นมากที่สุดในประเทศและเป็นศูนย์กลางเมืองใหญ่อันดับสองของประเทศรองจากกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเมืองหาดใหญ่หรืออำเภอหาดใหญ่ พบว่าเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีเนื้อที่ประมาณ 764 ตารางกิโลเมตร หรือ 478,093.92 ไร่ โดยเป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจ การสื่อสาร รวมถึงเป็นแหล่งซื้อขายสินค้าได้ชื่อว่าเป็นเมืองที่ไม่เคยหลับใหล นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากที่เคยมาเที่ยวหาดใหญ่ตั้งฉายาเมืองหาดใหญ่ว่าเป็น "นครปารีสแห่งภาคใต้ของประเทศไทย" เมื่อมาเที่ยวแล้วสามารถที่จะซื้อหาความสนุก ความสะดวกสบายทุกอย่างได้ ทรายเท่าที่มีกำลังทรัพย์พอ (กรมสรรพากร สงขลา, 2559: ออนไลน์)

การที่อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจทำให้จังหวัดสงขลา มีค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเฉลี่ยสามปี (พ.ศ. 2555-2557) สูงเป็นอันดับหนึ่งของภาคใต้ มีค่า GPP เฉลี่ยสามปีสูงสุดถึง

231,400 ล้านบาท ส่วนลำดับที่น้อยที่สุดคือจังหวัดระนอง มีค่า GPP เฉลี่ยสามปี 22,770 ล้านบาท มีความแตกต่างกันถึง 208,630 ล้านบาท หรือถ้าจะเทียบตามเท่าตัวแล้วจังหวัดที่มีค่า GPP เฉลี่ยสามปีสูงสุดมีค่ามากกว่าของจังหวัดที่น้อยที่สุดถึง 10.16 เท่าตัว (231,400/22,770) ซึ่งค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด GPP เป็นข้อมูลที่สามารถอธิบายได้ถึงภาพรวมด้านเศรษฐกิจของจังหวัด เป็นการดูรายได้ของจังหวัดจากกิจกรรมการผลิต สินค้าและบริการ ในพื้นที่จังหวัดในรอบ 1 ปีปฏิทิน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559: ออนไลน์)

จากเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจึงทำให้จังหวัดสงขลาเกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ส่งผลให้มีประชากรจากจังหวัดอื่นย้ายเข้ามาเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลจำนวนประชากรของจังหวัดสงขลาแยกตามอำเภอในปี พ.ศ. 2558 พบว่าอำเภอหาดใหญ่มีจำนวนประชากรสูงที่สุดโดยมีจำนวนประชากร 390,074 คน มากกว่าอันดับสุดท้ายคืออำเภอกระแสสินธุ์ 374,710 คนคิดเป็น 25.38 เท่า (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559: ออนไลน์) เมื่อพิจารณาจำนวนความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ในเขตเทศบาลนคร ทั่วประเทศไทยในปี พ.ศ.2558 (กรมการปกครอง, 2559; กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559: ออนไลน์) ปรากฏว่าเทศบาลนครหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่งจากทั้งหมดยี่สิบเก้าแห่งของเทศบาลนครทั้งประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเทศบาลนครที่มีชื่อเดียวกับจังหวัด จากความหนาแน่นของประชากรและความเป็นเมืองศูนย์กลางส่งผลกระทบต่อที่อยู่อาศัยมีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่สามารถรองรับต่อปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้น ในอดีตที่ผ่านมาประเภทของที่อยู่อาศัยจะมีเพียงบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ ซึ่งจำเป็นจะต้องมีที่ดินขนาดเพียงพอในการก่อสร้าง แต่เมื่อพื้นที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงให้เพิ่มขึ้นได้ ที่ดินที่มีอยู่เดิมอยู่ในทำเลที่ดี เป็นศูนย์กลางแหล่งการค้าการลงทุน ทำให้ราคาที่ดินสูงมากจนเกินความสามารถและความจำเป็นในการนำที่ดินดังกล่าวมาสร้างเป็นที่พักอาศัยประเภทบ้านแบบเดิมๆ โดยราคาที่ดินของจังหวัดสงขลาที่มีความแตกต่างกันอย่างมาก โดยเฉพาะราคาที่ดินในอำเภอหาดใหญ่จะมีมูลค่าสูงที่สุดถึงตารางวาละ 30,000-400,000 บาท ในขณะที่อันดับรองลงมาก็คืออำเภอเมืองมีราคา 68,500-72,500 บาทและที่ราคาต่ำที่สุดคืออำเภอสะบ้าย้อย เพียงตารางวาละ 800 บาท ซึ่งเป็นราคาที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน (กรมธนารักษ์, 2559: ออนไลน์) ปัจจุบันจึงมีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ปัญหาความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ และปัญหาราคาของที่ดินมีราคาแพงมาก โดยเมื่อไม่สามารถขยายหรือสร้างในแนวราบได้แล้วจึงมาขยายหรือสร้างในแนวสูงแทน เรียกว่า คอนโดมิเนียมหรืออาคารชุด เพื่อตอบสนองตรงตามความต้องการใช้พื้นที่สำหรับการก่อสร้างให้น้อยลง และรองรับผู้อยู่อาศัยได้มากขึ้น

สอดคล้องกับข้อมูลการเกิดขึ้นใหม่ของคอนโดมิเนียมในเขตพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น โดยใน พ.ศ. 2554-2556 ถือเป็นปีทองของคอนโดมิเนียม เพราะมีคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 22 โครงการ 5,735 ห้อง (ชนวัฒน์ พูลศิลป์, 2556) รวมทั้ง ในปี พ.ศ. 2557-2558 มีโครงการคอนโดมิเนียมจากส่วนกลางและท้องถิ่นหลายโครงการเกิดขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองและเออีซี เช่น กลุ่มพลัสคอนโด, สุภาลัยกรู๊ป, แสนสิริ และทุนมุสลิมจากปัตตานี ภายใต้ชื่อโครงการ "ไอบีแกรนด์" (ประชาชาติธุรกิจ, 2556)

เนื่องจากที่อยู่อาศัยมีการเปลี่ยนแปลงประเภทและรูปแบบไปจากเดิม บางคนเคยชินกับการอยู่บ้านเดี่ยวครอบครัวเดียว บางคนเคยชินกับการอาศัยอยู่บ้านแบบติดกัน แต่เมื่อต้องมาอาศัยอยู่ในตึกที่มีโครงสร้างเดียวกัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนลักษณะและรูปแบบการใช้ชีวิต โดยการปรับเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมี 2 ประเภทคือ 1) ประเภทที่สามารถปรับตัวยอมรับกับการอยู่อาศัยร่วมกัน และใช้ชีวิตอย่างมีความสุข 2) ประเภทที่ไม่อาจปรับตัวยอมรับกับการอยู่อาศัยร่วมกับผู้อื่นได้ การมีพื้นที่จำกัด ทำให้เกิดความรู้สึกไม่สบายทั้งร่างกายและจิตใจ เป็นปัญหาให้กับผู้อยู่อาศัยบางราย จนถึงขั้นต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนที่อยู่ใหม่ สอดคล้องคำกล่าวของนายโสภณ จะยะสกุล ประธานชมรมธนาคารพาณิชย์จังหวัดสงขลาที่กล่าวว่า ในมุมมองของนักการธนาคารเริ่มมองเห็นว่าขณะนี้คอนโดมิเนียมในหาดใหญ่เข้าสู่จุดที่เรียกว่า คอนโดมิเนียมสิ้นความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคแล้ว (โพสต์ทูเดย์, 2555) ด้านนายชนวัฒน์ พูลศิลป์ ที่ปรึกษาสมาคมอสังหาริมทรัพย์ จ.สงขลา กล่าวว่า ในช่วง 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2557 ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดสงขลา ยอดการซื้อขายบ้าน และคอนโดมิเนียมได้หายไปกว่าร้อยละ 70-80 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2555-2556 (ASTVผู้จัดการออนไลน์, 2557) การที่จะเปลี่ยนที่อยู่อาศัยใหม่ จึงเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับผู้บริโภคบางคน กว่าจะเก็บออมเงินมาเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยแต่ละครั้งต้องใช้เวลาและการตัดสินใจซื้อที่ละเอียดรอบคอบ มีระยะเวลาในการตัดสินใจที่ยาวนาน ดังนั้นก่อนผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อที่คอนโดมิเนียม จึงต้องหาข้อมูลในด้านต่างๆ เช่น ข้อมูลของคอนโดมิเนียมที่จะซื้อ เพื่อเป็นแนวทางในกระบวนการตัดสินใจซื้อ รวมถึงข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เพื่อพิจารณาว่าตัวเองมีรูปแบบการใช้ชีวิตอย่างไร กลุ่มใด มีความเหมาะสมกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมหรือไม่

จากการศึกษาหาข้อมูลของผู้วิจัยพบว่า มีงานวิจัยค่อนข้างน้อยที่ทำการศึกษาลงถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้ที่ซื้อและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมที่ซื้อในเขตพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รวมทั้งการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ตลอดจนถึงการแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ดังที่ได้กล่าวมานั้น จึงศึกษาวิจัย เรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด” ซึ่งจะช่วยให้มีข้อมูลพฤติกรรมและกลุ่มของผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของพื้นที่เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต รวมทั้งทำให้ทราบว่าในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภคจนเกิดความพึงพอใจหรือไม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคอนโดมิเนียมที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่
- 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น
- 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1.3 สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1.4 ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัย

1) ทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จากข้อมูล 3 ด้านคือ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมได้นำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยไปใช้ในการพัฒนาแนวคิดของคอนโดมิเนียม ที่สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมของโครงการ

2) จากรูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคสามารถประเมินตนเองได้ว่ามีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มใด และทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม บนพื้นฐานของความพึงพอใจ

3) ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจในของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม, ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม และความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจกับความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมได้นำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ตรงความต้องการของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมของโครงการ

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3 ด้าน ดังนี้ (Plummer, 1974)
 - ด้านกิจกรรม ประกอบด้วย การทำงาน งานอดิเรก กิจกรรมทางสังคม การพักผ่อน กิจกรรมบันเทิง การเป็นสมาชิกสโมสร การร่วมกิจกรรมชุมชน การใช้จ่ายใช้สอย และการเล่นกีฬา
 - ด้านความสนใจ ประกอบด้วย ครอบครัว บ้าน งาน ชุมชน สันทนาการ แฟชั่น อาหาร สื่อ และการประสบความสำเร็จ
 - ด้านความคิดเห็น ประกอบด้วย ตัวเอง ประเด็นทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา ผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรม และอนาคต

2) ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 5 กระบวนการ ดังนี้ (Kotler & Keller, 2009)

- การรับรู้ปัญหา
- การค้นหาข้อมูล
- การประเมินผลทางเลือก
- การตัดสินใจซื้อ
- พฤติกรรมหลังการซื้อ

3) ศึกษาความพึงพอใจหลังการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม โดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับจากคอนโดมิเนียมที่พึงประสงค์กับสิ่งที่ได้รับจริงจากการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม 4 ด้าน คือ (จิราพร กำจัดทุกข์, 2552)

- ผลិតภัณฑ์
- ราคา
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- สภาพแวดล้อมรอบโครงการ

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ที่ใช้วิจัยคือ เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา ที่ใช้เก็บข้อมูล เดือน พฤศจิกายน – ธันวาคม 2559

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) การดำเนินชีวิตของบุคคล อาจมีความเหมือนกันหรือแตกต่างกัน ขึ้นกับความชอบ ความคุ้นเคย สภาพแวดล้อม โดยมีพื้นฐานจากด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น

คอนโดมิเนียม (Condominium) สิ่งปลูกสร้างที่มีขนาดใหญ่ สำหรับใช้เป็นที่อยู่อาศัย ประเภทแนวสูง ประกอบด้วยห้องชุดหลายๆ ห้อง โดยเจ้าของห้องชุดสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ ประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินบุคคลและกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะแตกต่างกันทั้งส่วนของผลิตภัณฑ์และตัวของผู้บริโภค จึงเกิดเป็นกระบวนการที่ช่วยในการตัดสินใจอย่างมีระบบขั้นตอน ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล มักจะเป็นไปในทางบวก และจะมีไม่เหมือนกันในแต่ละบุคคล โดยจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้รับการตอบสนองหรือบรรลุลักษณะที่พึงประสงค์ที่กำหนดไว้

ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมนำเสนอแก่ผู้บริโภค ทั้งส่วนที่เป็นห้องชุดและส่วนที่เป็นพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากที่จะซื้อคอนโดมิเนียม

ราคา (Price) มูลค่าที่คิดเป็นจำนวนเงินของห้องชุดในคอนโดมิเนียม ที่ผู้บริโภคจะต้องจ่ายเพื่อให้ตัวเองได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดในคอนโดมิเนียมนั้น

สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) สิ่งที่ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมสร้างหรือจัดไว้ให้ผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเกิดความสะดวกสบาย

สภาพแวดล้อมโครงการ (Project Surrounding) ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบโครงการคอนโดมิเนียม ทั้งภายในและภายนอกโครงการ เช่น ภูมิทัศน์/ทัศนียภาพ การคมนาคม สภาพชุมชน เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด” ในครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีหัวข้อดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
- 2.4 คอนโดมิเนียม และพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิด

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

2.1.1 ความหมาย

วิวัฒนาการของ “รูปแบบการดำเนินชีวิต” ต้นกำเนิดของแนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่ชัดเจนว่าเกิดขึ้นครั้งแรกตั้งแต่เมื่อใด แต่มีร่องรอยปรากฏในศตวรรษที่ 16 ซึ่งเป็นผลงานของกวีนักธรรมชาตินิยม และนักปรัชญา (Anderson & Golden, 1984) และมีการพัฒนาความหมายต่อมา ดังนี้

1950S - Bell(1958), Rainwater, Coleman & Handel(1959), Havinhurst & Feigenbaum (1959) เปิดตัวแนวคิด “รูปแบบการดำเนินชีวิต” ไว้ในบทเรียนพฤติกรรมผู้บริโภค ช่วงปี ค.ศ. 1950 เน้นว่าอาจจะเกิดมีนัยสำคัญในการทำความเข้าใจหรืออธิบาย และเป็นการทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมีความสำคัญสำหรับกลยุทธ์การตลาด โดย Bell(1958) ให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ตามบริบทความสำคัญของการบริโภค ส่วน Rainwater, Coleman & Handel(1959) เน้นย้ำความสำคัญของการตีความของการซื้อ และพฤติกรรมการบริโภค จากบริบทการดำเนินชีวิตต่างๆ ไป (Anderson & Golden, 1984)

- 1963 - Lazer เป็นการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินการดำเนินชีวิตในสังคม (พินดา หอมบุญยงค์, 2552)
- 1966 - Solomon แบบแผนการบริโภคซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทางเลือกของบุคคลว่าใช้เวลาและเงินทองอย่างไร (ปารีชาติ อินนุพัฒน์, 2552)
- 1983 - Mitchell วิถีการดำเนินชีวิตเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาบุคคล การทำกิจกรรมที่ไม่ใช่การเมือง และพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีสูตรในการศึกษาว่า คนเราเป็นอย่างที่เราเชื่อ เราฝัน และเราให้คุณค่า กล่าวคือ เราพยายามใช้ชีวิตอย่างที่เราเชื่อและทำตามความฝันของเราให้เป็นจริง (ปารีชาติ อินนุพัฒน์, 2552)
- 1988 - Strid เป็นพฤติกรรมในการใช้ชีวิตประจำวันของบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน บุคคลที่มีลักษณะความต้องการภายในที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันลักษณะทางวัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม ลักษณะของอิทธิพลและครอบครัว จะทำให้บุคคลมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันด้วย (สุชาดา เทพหินลับ, 2557)
- 1989 - Griggs ความพอใจในอาชีพ ความพอใจในชีวิตครอบครัว ความก้าวหน้าของอาชีพ การดูแลสุขภาพ ความสำเร็จของชีวิต และการได้รับความช่วยเหลือ (ลักดาวัลย์ รัตน์เพิ่มพูนผล, 2552)
- 1993 - Blackwell & Miniard โครงสร้างโดยรวมของการใช้ชีวิต การใช้เวลาและการใช้จ่ายเงินของบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นตัวสะท้อนกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของบุคคลได้อย่างดีและยังสามารถสะท้อนค่านิยมของบุคคลผ่านทางกิจกรรมหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวบุคคล นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วตามสภาพแวดล้อมและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป (สิทธิพันธ์ หนันไชย, 2554)
- 1994 - Solomon สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิต ผ่านรูปแบบของการบริโภคสินค้าต่างๆ ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน และชื่อของที่คล้ายกัน (สรินยา สงค์ประเสริฐ, 2554)
- Assael รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงว่าบุคคลมีการใช้เวลาอย่างไร (กิจกรรม) อะไรเป็นสิ่งที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษ (ความสนใจ) และมีความคิดเกี่ยวกับตนเอง และสิ่งรอบตัวอย่างไร (ความคิดเห็น) (สุชาดา จันทรมณี, 2552)

- 1995 - Hawkin, Best & Coney พื้นฐานที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคใช้ชีวิตอย่างไร มีแนวทางในการดำเนินชีวิตของเขาอย่างไร ซึ่งเป็นนิสัยที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิดและจากประสบการณ์ที่สะสมมาในอดีตถึงปัจจุบัน ยิ่งไปกว่านั้นการใช้ชีวิตของบุคคลที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงตามวงจรชีวิต ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ (ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์, 2556)
- Reimer รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ แยกเป็น 5 กลุ่มคือรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านบันเทิง ด้านบ้านและครอบครัว ด้านกีฬา กิจกรรมกลางแจ้ง และสุขภาพ (ศิริริน จักรอิศราพงศ์, 2548)
- 1996 - Chaney เป็นรูปแบบของการกระทำที่ทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างบุคคลซึ่งช่วยเข้าใจถึงสิ่งที่พวกเขาทำและทำไมถึงทำเช่นนั้น รวมถึงสิ่งที่ทำมีความสำคัญต่อพวกเขาและคนอื่นๆอย่างไร (สุชาดา เทพหินลับ, 2557)
- 1997 - Kotler รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่างๆ (สิทธิพันธ์ หนันไชย, 2554)
- 1999 - Reimer รูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวันที่แสดงออกมาเป็นคณนั้นๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นๆ ซึ่งก็อาจจะมีใครคนอื่นๆ ทำในสิ่งเหล่านั้นเหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน (จารุวรรณ มีศิริ, 2553)
- 2001 - Hoyer & Machanis แนวคิดที่เชื่อมโยงกับค่านิยมและบุคลิกภาพของผู้บริโภคซึ่งเป็นที่แสดงถึงลักษณะและสิ่งที่อยู่ภายในของผู้บริโภค โดยปรากฏผ่านรูปแบบพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น (ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์, 2556)
- Hawkins, Best & Coney ลักษณะการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลซึ่งเกิดขึ้นจากการหล่อหลอมจากสังคมที่อาศัยอยู่ โดยจะเปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิต ทั้งนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตมักได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย (พนิดา หอมบุญยงค์, 2552)
- Mowen & Minor การใช้ชีวิตของผู้บริโภค และแสดงถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคว่าเป็นอย่างไร มีการใช้เวลาและเงินของตนอย่างไร และมีการจัดสรรเวลาให้กับเรื่องต่างๆอย่างไร (นที จาริยานิช, 2553)
- 2006 - Engel, Blackwell & miniard รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นแนวคิดที่นิยมกันมากในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจเพราะรูปแบบการ

ดำเนินชีวิต เป็นแนวคิดที่ร่วมสมัยกว่าเกณฑ์ด้านบุคลิกภาพ และครอบคลุมมากกว่า เกณฑ์ด้านค่านิยม เป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพและใช้จ่ายเวลาและเงิน ซึ่งแบบแผนนี้ สะท้อนให้เห็นกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของบุคคลตลอดจนตัวแปรด้าน ประชากรศาสตร์ของบุคคลนั้นด้วย (สุชาติ จันทรณิ, 2552)

- 2010 - Peter & Olson วิธีที่บุคคลดำเนินชีวิตซึ่งรวมไปถึงกิจกรรมที่บุคคลทำ ความสนใจ และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งต่างๆ (ชนัญญา เกษะนันท์, 2556)
- Hawkins & Mothersbaugh เป็นสิ่งที่บุคคลใช้เพื่อแสดงออกถึงตัวตนของตนเอง ซึ่ง จะถูกกำหนดจากประสบการณ์ในอดีตและลักษณะเชิงจิตวิทยา รวมถึงสถานการณ์ รอบๆตัวบุคคลในขณะนั้นๆ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภคของบุคคลอีกด้วยและเสริมว่ามีปัจจัยภายนอกหลายปัจจัยที่เข้ามามี อิทธิพลและกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลซึ่งจะมีผลต่อรูปแบบการ บริโภคสินค้าและบริการ (ชนัญญา เกษะนันท์, 2556)
- 2011 - Lantos ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการดำเนินชีวิตในสังคม และ หมายรวมไปถึงวิธีที่บุคคลใช้ทรัพยากรอันมีค่าของตนเองอันได้แก่เวลาและเงินทอง (ชนัญญา เกษะนันท์, 2556)

จากความหมายทั้งหมดในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง สิ่งที่บุคคลแต่ละคนแสดงออกมาจากร่างกายและจิตใจ ผ่าน การทำกิจกรรมในแต่ละวัน ผ่านความสนใจกับสิ่งรอบๆตัว และผ่านความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ จาก ประสบการณ์ที่พบเจอมา โดยสิ่งต่างๆเหล่านี้จะมีการปรับเปลี่ยนไปตามสิ่งแวดล้อมและกาลเวลา

2.1.2 การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต มีมาตรการวัดหลายวิธีด้วยกันได้แก่ VALS, VALS2, LOV, Prizm และ AIOs ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

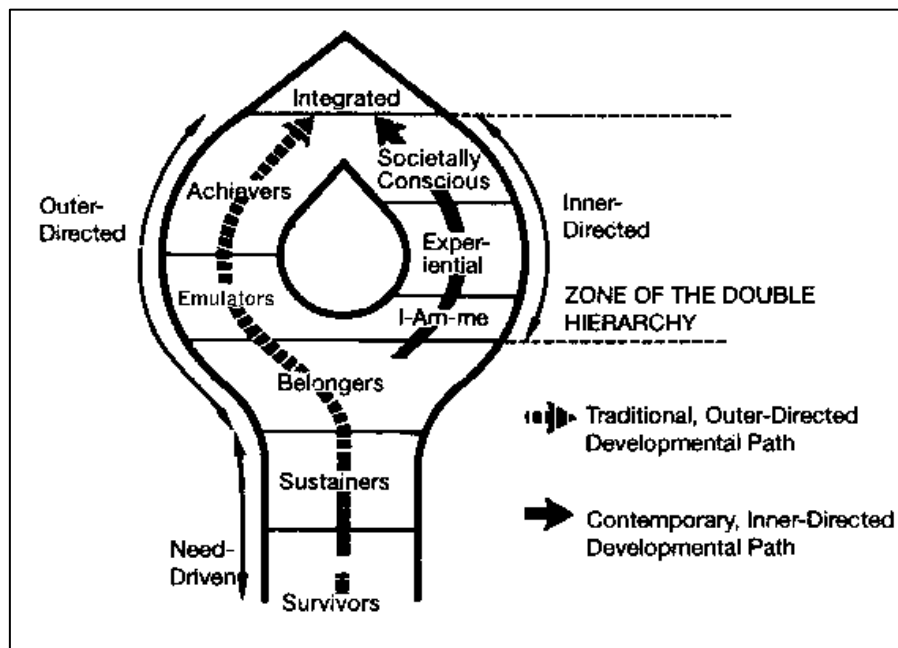
2.1.2.1 การวัดแบบ VALS (ชนัญญา เกษะนันท์, 2556 และ ชมพูนุช สารวานิช

พิทักษ์, 2556) VALS (Value and Lifestyle System) เป็นการวัดค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต บนพื้นฐานของการศึกษาทัศนคติ ความต้องการ ความเชื่อและลักษณะทางประชากร มี Arnold Mitchell ซึ่งเป็นนักทำนายผู้บริโภค (Consumer futurist) ของ บริษัท Stanford Research Institute (SRI) คิดค้นขึ้นในปี ค.ศ. 1978 โดยใช้แนวคิดเรื่องค่านิยม (Values) ของ Rokeach (1968) แนวคิด หลักลำดับความต้องการของ Maslow และแนวคิดเรื่องลักษณะทางด้านสังคมวิทยาของ Riesman (Cahill, 2006) เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของผู้บริโภคชาวอเมริกันในช่วงทศวรรษที่ 1960s จากการศึกษา นั้น Mitchell พบว่าผู้บริโภคจะดำเนินชีวิตไปตามลำดับขั้นที่ซับซ้อน (Double hierarchy) (ดูจาก

รูปภาพที่ 2.1) ประกอบไปด้วยกลุ่มคน 4 ประเภทใหญ่ และสามารถแบ่งได้อีก 9 ประเภทย่อย (Mowen & Minor, 2005) คือ

1. ประเภทที่มีความต้องการเป็นแรงผลักดัน เป็นกลุ่มที่มีทรัพยากรอย่างจำกัด (โดยเฉพาะทรัพยากรทางการเงิน) ไม่มีความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมือง อยู่ห่างจากวัฒนธรรมกระแสหลักมากที่สุด มีชีวิตแบบไม่มีความสุข เพราะต้องมุ่งมั่นแต่การหาเข้ากินค่า ทำให้ไม่ค่อยสนใจกับความต้องการของผู้อื่น ไม่ค่อยไวใจใคร ไม่ชอบวางแผน และมีวิสัยทัศน์ที่ไม่กว้างไกล ค่านิยมของคนกลุ่มนี้คือ การอยู่รอด ความปลอดภัย และความมั่นคง
 - กลุ่มด้อยโอกาส (Survivors) คือ กลุ่มคนยากจนอยู่ระดับล่างของสังคม อายุค่อนข้างมาก การศึกษาดำและมีสุขภาพไม่ดี มีประมาณร้อยละ 4 ของประชากรสหรัฐอเมริกา
 - กลุ่มยากจน (Sustainers) คือ กลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่ากลุ่มด้อยโอกาส มีรายได้ค่อนข้างน้อยแต่มีความพยายาม เชื่อมั่นในตัวเอง เป็นกลุ่มที่มีการวางแผน มีความหวังเกี่ยวกับอนาคตมากกว่ากลุ่มด้อยโอกาส มีประมาณร้อยละ 7 ของประชากรสหรัฐอเมริกา
2. ประเภทสนใจสิ่งเร้าภายนอก กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆ รอบตัว และห่วงภาพลักษณ์ของตนเอง จึงถือได้ว่าคนกลุ่มนี้เป็นพวกวัตถุนิยม ซึ่งในทางจิตวิทยานั้น คนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนที่มีความสุขมากที่สุดในบรรดา 9 กลุ่มของตาราง VALS เพราะเป็นกลุ่มคนที่สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมกระแสหลักได้อย่างดีเยี่ยม และยังเป็นกลุ่มหลักๆ ที่สร้างวัฒนธรรมอีกด้วย
 - กลุ่มต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ (Belonger) คือ กลุ่มชนชั้นกลางในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนมากจะเป็นคนผิวขาว มีรายได้ระดับปานกลางและอยู่ในช่วงอายุวัยกลางคนหรือมากกว่านั้น ยึดมั่นในสถาบันชาติ ศาสนาและครอบครัว มีประมาณร้อยละ 39 ของประชากรสหรัฐอเมริกา
 - กลุ่มเลียนแบบ (Emulators) คือ กลุ่มคนที่มีความมุ่งมั่น มีความทะเยอทะยานในการแข่งขันเพื่อความสำเร็จ แต่ชอบใช้จ่ายเงินมากกว่าการประหยัด มีประมาณร้อยละ 8 ของประชากรสหรัฐอเมริกา
 - กลุ่มประสบความสำเร็จ (Achievers) คือ กลุ่มคนที่มีระดับรายได้ที่สูง มีอาชีพในระดับผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญ มีความเป็นอนุรักษ์นิยม สนับสนุนการปกครองแบบสาธารณรัฐทางการเมือง มีประมาณร้อยละ 20 ของประชากรสหรัฐอเมริกา

3. ประเภทสนใจสิ่งเร้าภายใน เป็นกลุ่มที่ตรงข้ามกับกลุ่มที่สนใจสิ่งเร้าภายนอกในแง่ของการดำเนินชีวิต เพราะพวกเขาให้ความสำคัญกับความต้องการ และความปรารถนาส่วนบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะของค่านิยมภายใน โดยคนกลุ่มนี้มักชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเอง ชับช้อน เจ้าอารมณ์
- กลุ่มหลงตัวเอง (I-Am-ME) คือกลุ่มคนที่อายุน้อย โสด ยังไม่แต่งงาน มีการตัดสินใจผ่านอารมณ์ ความรู้สึกจากมุมมองของตน มีความกระตือรือร้น กล้าหาญ และชอบมองหาแนวคิดใหม่ๆ มีประมาณร้อยละ 3 ของประชากรสหรัฐอเมริกา
 - กลุ่มหาประสบการณ์ (Experiential) คือกลุ่มคนที่มีอายุในช่วง 20 กว่าๆ มีรายได้ระดับปานกลาง เชื่อมั่นในตัวเอง และมีความสนใจในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ มีประมาณร้อยละ 6 ของประชากรสหรัฐอเมริกา
 - กลุ่มมีจิตสำนึกในสังคม (Societally conscious) คือ กลุ่มคนกลุ่มเล็กๆ ที่ประสบความสำเร็จ มีความเป็นผู้ใหญ่ ให้ความสำคัญกับกลุ่มและเรื่องทางสังคม มีประมาณร้อยละ 11 ของประชากรสหรัฐอเมริกา
4. ประเภทผสมผสาน (Integrated group) คือกลุ่มคนที่มีความเป็นตัวของตัวเอง เป็นผู้ใหญ่ และมีค่านิยมแบบผสมผสานกันระหว่างประเภทสนใจสิ่งเร้าภายนอกกับประเภทสนใจสิ่งเร้าภายใน เป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงที่สุด มีจำนวนประชากรน้อยที่สุด ประมาณร้อยละ 2 ของประชากรทั้งหมด



ภาพที่ 2.1 แสดงลำดับขั้นที่ซับซ้อน (Double hierarchy) ของการวัดแบบ VALS (duBeth, 1984 อ้างถึงใน ชนัญญา เกษะนันท์, 2556, น.28)

แต่วิธีการวัดแบบ VALS ก็ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าให้ความสำคัญกับการวัดเรื่องคุณลักษณะทางประชากรมากเกินไป มองข้ามความสำคัญของประชากรบางกลุ่มไป เช่นกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มเด็ก เนื่องจากเป็นการวัดที่ออกแบบสำหรับผู้บริโภคในยุค Baby boomer เพียงกลุ่มเดียว เป็นเครื่องวัดที่กว้างเกินไป รวมทั้งเริ่มได้ข้อมูลที่ล้าสมัยเพราะผู้บริโภคยุคใหม่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและรูปแบบการเลือกซื้อเพิ่มมากขึ้น (Hoyer & MacInnis, 2001) ดังนั้นบริษัท Stanford Research Institute (SRI) จึงพัฒนาให้เกิด VALS 2 ขึ้นมาแทน

2.1.2.2 การวัดแบบ VALS 2 (ชนัญญา เกษะนันท์, 2556 และ ชมพูนุช สารวานิช พิทักษ์, 2556) เป็นการวัดที่ได้รับการพัฒนาต่อมาจาก VALS (Value and Lifestyle System) ในปี ค.ศ. 1989 โดยบริษัทเดิม คือ บริษัท Stanford Research Institute (SRI) มีการเพิ่มประสิทธิภาพการวัดในต่างประเทศที่มีวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สื่อและความหลากหลายของสินค้าที่ต่างกัน (Berkman, 1997) โดยมีการให้ความสำคัญกับข้อมูลทางด้านจิตวิทยามากขึ้น เช่น ทักษะคิด และก่านิยม การวัดแบบ VALS 2 จะมีแนวคิดเรื่องทรัพยากร (Resource) เช่น รายได้ การศึกษา สุขภาพทางกาย รวมไปถึงสติปัญญา และความคิดความอ่าน ซึ่งมีผลต่อแนวโน้มในการบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีแนวคิดเรื่อง แรงจูงใจพื้นฐาน (Primary motivation) เข้ามาช่วยอธิบายเรื่อง ทักษะคิดและใช้ทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภค VALS 2 ใช้แรงจูงใจพื้นฐานที่สำคัญ 3 ประการใน

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคนอกเป็นกลุ่มใหญ่ คือ อุดมคติ (Ideals) ความสำเร็จ (Achievement) และการแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ซึ่งแตกออกเป็น 8 กลุ่ม (ดูจากรูปภาพที่ 2.2) มีรายละเอียดดังนี้ (SBI, n.d. อ้างถึงใน ชาญัญญา เกษะนันท์, 2556)

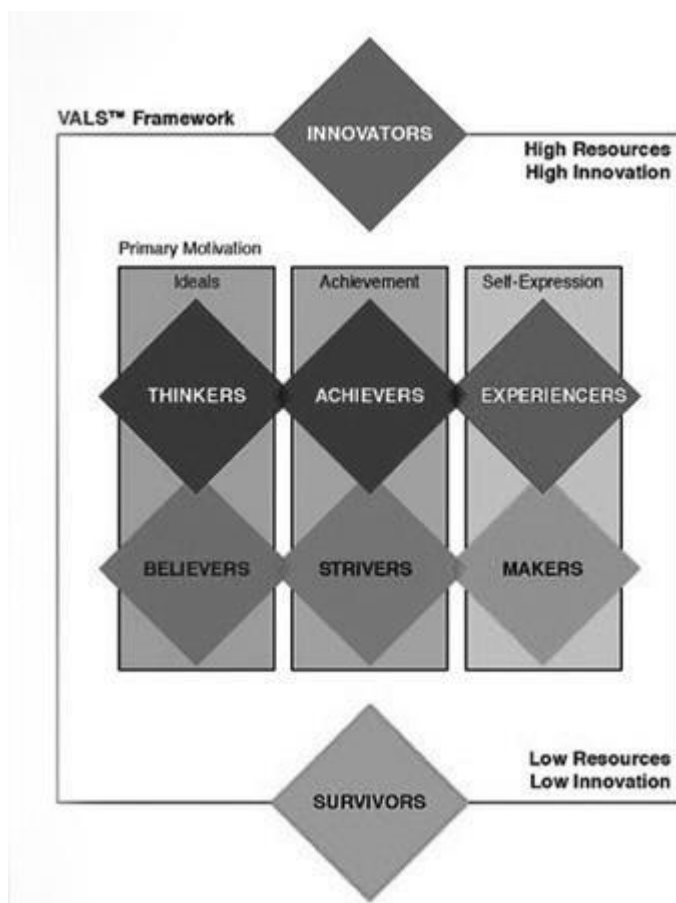
1. ผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจเบื้องต้นจากอุดมคติ (Ideal-oriented) จะเชื่อในหลักการและความรู้สึกมากกว่าอารมณ์ของตน คนเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มคนที่สนใจสิ่งร่ำภายใน
 - กลุ่ม Thinkers เป็นกลุ่มคนที่พอใจในชีวิตของตัวเอง มีความเป็นผู้ใหญ่ มีความรู้ ความรับผิดชอบ และยังให้ความสำคัญกับระเบียบ ส่วนมากกลุ่มนี้จะเป็นคนที่มี การศึกษา รอบรู้เรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และยังเป็นผู้ตื่นตัวในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ
 - กลุ่ม Believers เป็นกลุ่มคนที่มีความเป็นนักรักษ์นิยม เป็นคนหัวเก่าที่ใช้ชีวิต อยู่ภายใต้ขนบธรรมเนียม ประเพณี และจารีตหรือบรรทัดฐานของสังคม ทำให้ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่คาดเดาได้ง่าย เนื่องจากรูปแบบการดำเนิน ชีวิตประจำวันที่เป็นแบบแผน
2. กลุ่มผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจเบื้องต้นจากความสำเร็จ (Achievement-oriented) คนกลุ่มนี้จะ ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นหรือการยอมรับจากผู้อื่น และจะมองหาสินค้าหรือบริการ ที่สามารถแสดงความสำเร็จของพวกเขาให้คนรอบข้างเห็น ถือเป็นกลุ่มคนที่สนใจสิ่งร่ำ ภายนอก
 - กลุ่ม Achievers เป็นกลุ่มคนที่มีจุดมุ่งหมายในชีวิตที่จะดำเนินชีวิตให้เป็นไปตาม เป้าหมายที่ตัวเองตั้งไว้ โดยจะรับผิดชอบต่ออาชีพการงาน และครอบครัวของ ตัวเองอย่างลึกซึ้ง โดยการสะท้อนออกมาให้เห็นผ่านชีวิตทางสังคมของคนกลุ่มนี้ เช่น พวกเขามีมุมมองทางการเมืองแบบอนุรักษ์นิยม และให้ความเคารพผู้มีอำนาจ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการค้นพบตัวเอง และความสนิพระหว่างตนกับบุคคล อื่นๆ
 - กลุ่ม Strivers เป็นกลุ่มคนที่รักสนุกและทันสมัย มักให้ความสำคัญกับความ คิดเห็นและการยอมรับจากผู้อื่น สำหรับคนกลุ่มนี้ เงินถือเป็นเครื่องชี้วัด ความสำเร็จอย่างหนึ่งของพวกเขา คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้บริโภคที่มีความกระตือรือร้น เนื่องจากคิดว่าการซื้อของนั้นเป็นทั้ง โอกาสและกิจกรรมทางสังคม ที่แสดงให้เห็น ผู้อื่นรู้ว่าตัวเองมีศักยภาพในการซื้อ

3. ผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจเบื้องต้นจากการแสดงออกถึงตัวตน (Self-expressive-oriented) เป็นกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมทางสังคมที่หลากหลาย และพร้อมยอมรับความเสี่ยง ชอบซื้อสินค้าและบริการ เพื่อแสดงออกถึงตัวตนให้บุคคลรอบข้างรับรู้
- กลุ่ม Experiencers เป็นกลุ่มคนที่มีแรงกระตุ้นจากการแสดงออกเกี่ยวกับตัวตนส่วนมากและจะเป็นผู้บริโภคที่มีอายุน้อย กระตือรือร้น และตัดสินใจเร็ว คนกลุ่มนี้นิยมชมชอบสิ่งใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้น น่าระทึกและมีความเสี่ยง โดยเห็นได้จากกิจกรรมที่คนกลุ่มนี้ชอบทำในเวลาว่าง เช่น การออกกำลังกาย การเล่นกีฬา ทำกิจกรรมกลางแจ้ง และกิจกรรมทางสังคมต่างๆ เป็นต้น
 - กลุ่ม Makers เป็นกลุ่มคนที่ชอบแสดงออกถึงตัวตนโดยการปฏิบัติ คนกลุ่มนี้จะมีทักษะความสามารถ รวมทั้งพลังงานเพื่อทำกิจกรรมให้สำเร็จ ไม่ค่อยสนใจเรื่องวัตถุนิยม แต่จะชอบใช้สิ่งของที่ใช้งานได้ในชีวิตจริง มักจะตั้งแง่กับแนวคิดที่ใหม่ คนกลุ่มนี้จะให้ความเคารพผู้มีอำนาจ แต่เกลียดการถูกล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ส่วนกลุ่ม Innovators เป็นกลุ่มบนสุดของตารางที่ประสบความสำเร็จ เป็นกลุ่มที่มีทรัพยากรมากมาย ส่วนมากจะเป็นผู้ที่มีฐานะทางการเงินที่ดี ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ใฝ่ใจสังคม และมีความกระตือรือร้นมาก จึงไม่สามารถจัดอยู่ในกลุ่มแรงจูงใจใดได้

ตรงข้ามกับกลุ่ม Survivors เป็นกลุ่มที่อยู่ล่างสุดของตาราง เป็นกลุ่มที่มีทรัพยากรน้อยมาก และไม่มีความกระตือรือร้น ไม่มีแรงจูงใจใดๆเลย ไม่สามารถใช้ชีวิตอย่างอิสระได้เนื่องจากทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด รู้สึกสบายใจเมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมที่ตัวเองคุ้นเคย คิดว่าความปลอดภัยและความมั่นคงเป็นเรื่องสำคัญ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้บริโภคที่ระมัดระวัง จงรักต่อสินค้าที่ตัวเองชื่นชอบ เพราะต้องคำนึงถึงความอยู่รอด

วิธีการวัดแบบ VALS 2 ถึงจะมีการพัฒนามาจาก VALS แล้วแต่ก็ยังพบปัญหา เช่น 1) เป็นการวัดปัจเจกบุคคล แต่การตัดสินใจของผู้บริโภคบางครั้งได้รับอิทธิพลมาจากครอบครัวหรือตัดสินใจร่วม 2) บางครั้งผู้บริโภคมีมากกว่าหนึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ 3) การวัดประเภทค่านิยมและประชากรอาจไม่เหมาะสมสำหรับสินค้าหรือสถานการณ์เฉพาะ เนื่องจากการวัดแบบ VALS 2 เป็นการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตทั่วไปโดยรวม และการซื้อผลิตภัณฑ์บางอย่างผู้บริโภคไม่ต้องแสดงความเป็นตัวเอง รวมถึง VALS และ VALS 2 เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท Stanford Research Institute (SRI) ทำให้นักการตลาดและนักวิจัยทั่วไปไม่สามารถนำมาใช้ได้



ภาพที่ 2.2 แสดงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตตามแบบ VALS 2 (SBI, n.d. อ้างถึงใน ชนัญญา เกษะนันท์, 2556, น.31)

2.1.2.3 การวัดแบบ LOV (ชนัญญา เกษะนันท์, 2556 และ ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์ , 2556) LOV (List of Values) มีแนวคิดพื้นฐานมาจากเรื่องค่านิยมปลายทางของ Rokeach และ ลำดับขั้นตอนความต้องการของ Maslow ได้รับการพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1983 โดย Kahle เพื่อวัด ค่านิยมหลักของผู้บริโภคและเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของการวัดแบบ VALS 2 (Mowen & Minor, 2005) เป็นวิธีการวัดที่ไม่มีลิขสิทธิ์ เหมือนกับแบบ VALS และ VALS 2 ทำให้นักการตลาดและ นักวิจัยสามารถนำมาใช้งานได้ อีกทั้งคำถามก็มีความสั้นและกระชับกว่าแบบ VALS ค่านิยมหลักที่ การวัดแบบ LOV ศึกษา ได้แก่ (Kahle & Kennedy, 1989)

1. ความนับถือตนเอง (Self-respect)
2. ความรู้สึกของการประสบความสำเร็จ (Sense of accomplishment)
3. การได้รับการยกย่อง (Begin well respected)
4. ความมั่นคงและปลอดภัย (Security)
5. การมีสัมพันธ์ภาพที่อบอุ่นกับผู้อื่น (Warm relationship with others)

6. ความรู้สึกของการเข้าหมู่เข้าพวก (Sense of belonging)
7. การมีชีวิตที่สนุกและมีความสุข (Fun and enjoyment in life)
8. การได้เติมเต็มตนเอง (Self-fulfillment)
9. ความตื่นเต้นเร้าใจ (Excitement)

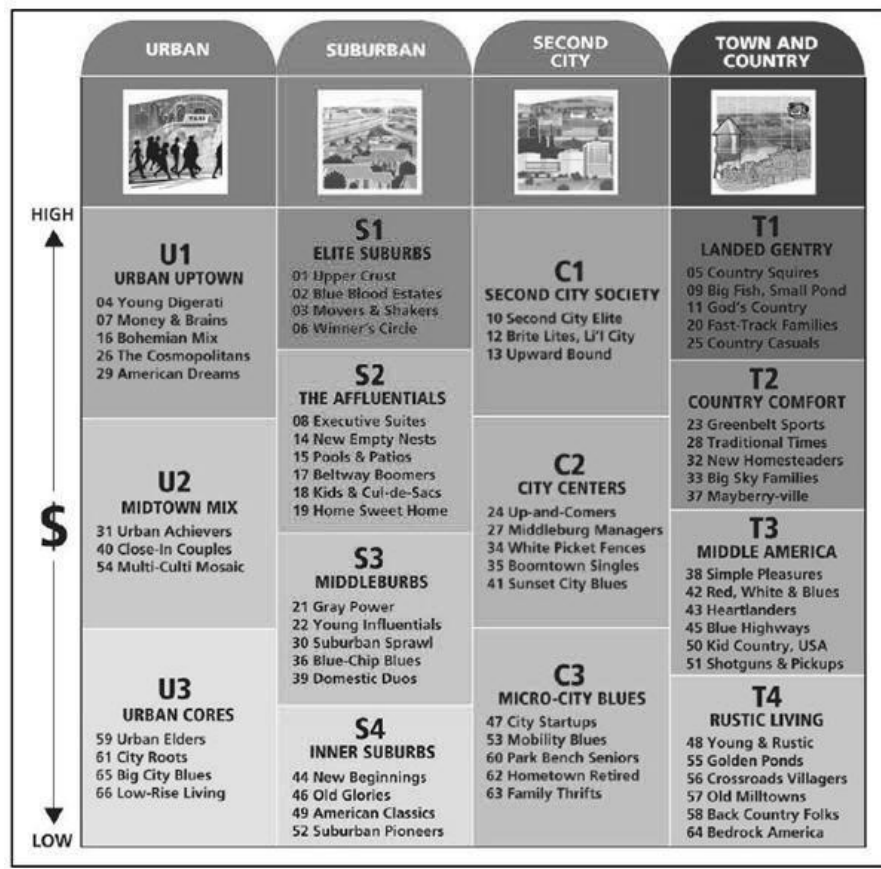
Homer & Kahle (1988) ได้แบ่งค่านิยมข้างต้นออกเป็น 3 มิติ ดังนี้

- ค่านิยมภายใน (Internal values) เป็นค่านิยมที่ผู้บริโภคได้รับมาตั้งแต่เกิด และจะแตกต่างกันไปตามแต่ละปัจเจกบุคคล คือ (1) การได้เติมเต็มตนเอง (2) ความรู้สึกประสบความสำเร็จ (3) การนับถือตนเอง (4) ความตื่นเต้นเร้าใจ
- ค่านิยมภายนอก (External values) เป็นค่านิยมที่เกิดจากสถานการณ์ต่างๆ ในสังคม คือ (5) ความรู้สึกของการเข้าหมู่เข้าพวก (6) การได้รับการยกย่อง (7) ความมั่นคงและปลอดภัย
- ค่านิยมระหว่างบุคคล (Interpersonal values) เป็นค่านิยมที่เกิดขึ้นโดยมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น คือ (8) การมีชีวิตที่สนุกสนาน (9) มีสัมพันธ์ภาพที่อบอุ่นกับผู้อื่น

การวัดแบบ LOV ทำได้โดยให้ผู้บริโภคให้คะแนนความสำคัญของค่านิยม โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปถึน้อยที่สุด กำหนดให้ 9 คะแนนแทนค่านิยมที่สำคัญมากที่สุด และคะแนน 1 คะแนนแทนค่านิยมที่สำคัญน้อยที่สุด

การวัดแบบ LOV ถูกนำมาใช้วิจัยทางการตลาด ซึ่งเป็นการปรับและพัฒนาจากปัญหาของวิธีการแบบ VALS ดังนั้นจึงเป็นเครื่องมือที่ใช้ได้ทั่วไป มีความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นมากกว่าการวัดแบบ VALS (Mowen & Minor, 1998) และยังสามารถทำนายการตอบสนองของผู้บริโภคเพิ่มเติมได้แก่ 1) ลักษณะรูปแบบการบริโภคด้วยตัวเอง เช่น ฉันเป็นคนใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ไม่ประหยัด 2) พฤติกรรมการบริโภคที่แท้จริง เช่น ฉันมักจะดูหนังบ่อยๆ และกิจกรรมที่ชอบ คือ เล่นกีฬาออกไปดูคอนเสิร์ต 3) ความเชื่อในตลาด เช่น ฉันเชื่อว่าตราสินค้านี้จะทำให้ฉันเกิดความพึงพอใจได้ เป็นต้น ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกิดจากการวัดแบบ LOV สามารถใช้ประโยชน์ในการแบ่งกลุ่มเอกลักษณ์ของผู้บริโภคที่มีระบบค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน (Hoyer & MacInnis, 2001)

2.1.2.4 การวัดแบบ Prizm (Hale, 2013) ได้สรุปที่มาของการวัดแบบ Prizm ไว้ว่า Prizm (Potential Rating Index by Zip Market) ถูกสร้างขึ้นโดย Jonathan Robbin ซึ่งเป็นนักวิทยาศาสตร์ สังคม และเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ ในปี 1970 เขาเป็นผู้บุกเบิกเทคนิคการตลาดจากการใช้คอมพิวเตอร์ เรียกว่า geodemographics และในปี 1971 Robbin ได้ก่อตั้ง Claritas Corp. เพื่อสร้างระบบหรือแบ่งกลุ่มของประชาชนสหรัฐอเมริกา สำหรับใช้ในงานทางการตลาด



ภาพที่ 2.3 แสดงวิธีการจัดกลุ่มแบบ PRIZM NE (The Nielsen Company, 2013, ออนไลน์)

Prizm ใช้การวิจัยที่มีความซับซ้อนในการจัดเรียงประชากรของสหรัฐอเมริกาออกเป็นกลุ่มๆ จากความคล้ายกันของลักษณะประชากร, ลักษณะทางจิตวิทยา, รูปแบบการบริโภค และการใช้สื่อ การวัดจะทำการแบ่งกลุ่มพื้นที่ประชากร โดยใช้รหัสไปรษณีย์ 5 หลัก จากการสำรวจสำมะโนประชากรและที่อยู่อาศัยของแต่ละพื้นที่ ที่ได้รับการพัฒนาเพิ่มในปี 1978 จากการสำรวจประชากร คนธรรมดาสามัญ 300 ล้านคน 166 ล้านครัวเรือนในสหรัฐอเมริกา แบ่งประชากรเป็น 3 มิติ คือ 1) ความมั่งคั่ง 2) ความหนาแน่นของประชากร 3) เด็ก / ไม่เด็ก + อายุ ซึ่งแทนที่จะแบ่งแค่ 3 กลุ่มตาม มิตินั้น แต่กลับรวมเข้าด้วยกันในแง่ปฏิสัมพันธ์ที่ไม่สม่ำเสมอ แล้วแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ตาม ลักษณะของเมือง หรือ 14 กลุ่มตามลักษณะสังคม หรือ โดยรวมทั้งหมดเป็น 66 กลุ่มย่อย ตั้งแต่กลุ่ม ร่ำรวยที่สุด เรียกว่า Upper Crust จนถึงกลุ่มยากจนที่สุด เรียกว่า Low-Rise Living ดังภาพที่ 2.3

ลักษณะประชากรศาสตร์ (Geo-demographic) เป็นเทคนิคการนำข้อมูลทางการใช้จ่าย, ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามพื้นที่ ของผู้บริโภคมาวิเคราะห์แบบผสมผสาน โดย ประชากรที่มีแนวโน้มของ ที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกันจะมีความต้องการและรสนิยมที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยในพื้นที่แตกต่างกันก็จะมีรูปแบบการบริโภคสินค้าแตกต่างกันด้วย เป็น

การวัดจากรายได้ (Income), ค่านิยมในบ้าน (Home value), อาชีพ (Occupation) และเลขไปรษณีย์ครัวเรือนผู้บริโภครวม (Solomon, 2013)

การแบ่งกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ใกล้เคียงกัน เชื่อว่าลักษณะทางการเงิน รสนิยม ความชอบนิสัยการบริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตจะคล้ายคลึงกันตามไปด้วย นักการตลาดจะได้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับส่วนแบ่งตลาดเป้าหมายของตราสินค้า รวมถึงนักโฆษณาหรือนักการตลาดที่ต้องการทราบถึงกลุ่มผู้บริโภคที่อาจจะกลายมาเป็นลูกค้าในอนาคต ซึ่งสามารถเชื่อมโยงและแยกพื้นที่อาศัยของกลุ่มเป้าหมายได้ (Schiffman & Kanuk, 2004)

2.1.2.5 การวัดแบบ AIO เป็นวิธีการหรือเครื่องมือวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคอีกวิธีการหนึ่งที่มีความแตกต่างจากวิธีการวัดแบบ VALS และ LOV อย่างสิ้นเชิง (Wells & Tigert, 1971) กล่าวว่า ข้อมูลด้านประชากรของผู้บริโภคเพียงด้านเดียวไม่สามารถให้ข้อมูลที่ละเอียดพอควรเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เพื่อให้ได้รายละเอียดที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น (สิทธิพันธ์ ทัศนไชย, 2554) เป็นการวัดในเชิงจิตวิทยาที่นักการตลาดนิยมใช้มากที่สุดในปัจจุบัน มีตัวแปร 3 ตัวแปร คือ Activities (A) คือ กิจกรรม Interests (I) คือ ความสนใจ Opinion (O) คือ ความคิดเห็น นักการตลาดจะมีคำถามให้ผู้บริโภคเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นในตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรผ่านแบบสอบถามเชิงปริมาณ จากนั้นจึงจะนำคำตอบที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติเพื่อจัดองค์ประกอบกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคได้

การวัดแบบ AIOs เพื่อใช้ประโยชน์ทางการตลาด นักการตลาดแบ่งการวัดแบบ AIOs ออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. เครื่องมือหรือคำถามแบบทั่วไป (Generalized AIOs inventories) จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในภาพรวม โดยคำถามจะเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตแบบต่างๆไป หรือความชอบ มุมมอง และความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในลักษณะกว้าง
2. เครื่องมือหรือคำถามแบบกำหนดประเภทสินค้าให้เฉพาะเจาะจง (Product-specific AIOs inventories) จะได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงของผู้บริโภค โดยระบุประเภทของสินค้าไว้อย่างชัดเจน ซึ่งจะมีคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ มุมมอง ความต้องการสินค้าหรือบริการ

ตารางที่ 2.1 แสดงแนวทางในการตั้งคำถามสำหรับการวัดแบบ AIOs

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)	ประชากร (Demographics)
- การทำงาน - งานอดิเรก - กิจกรรมทางสังคม - การพักผ่อน - ความบันเทิง - สมาชิกสโมสร - ชุมชน - การซื้อสินค้า - กีฬา - เวลาว่าง	- ครอบครัว - บ้าน - อาชีพ - ชุมชน - การหาความบันเทิง - แฟชั่น - อาหาร - เสื้อผ้า - การประสบความสำเร็จ	- ตัวเอง - ประเด็นทางสังคม - การเมือง - ธุรกิจ - เศรษฐกิจ - การศึกษา - ผลิตภัณฑ์ - อนาคต - วัฒนธรรม	- อายุ - การศึกษา - รายได้ - อาชีพ - ขนาดครอบครัว - ที่อยู่อาศัย - ภูมิภาค - ขนาดเมือง - วงจรชีวิต

หมายเหตุ. จาก *รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และความภักดีของผู้จัดรายการวิทยุกรีนเวฟ*, โดย Plummer, 1974 อ้างถึงใน ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์, 2556, น.18

สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะใช้การวัดแบบ AIO มาวิเคราะห์เพื่อจัดแบ่งกลุ่มของผู้อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด เพราะมีความเหมาะสมที่สุดเนื่องจาก วิธีการวัดแบบ VALS, VALS1 มีลิขสิทธิ์ การวัดแบบ LOV มีการให้ระดับคะแนนที่ละเอียดมากถึง 9 ระดับจึงเป็นการยากที่ผู้บริโภคจะแยกความแตกต่างได้ และการวัดแบบ Prizm การวัดลักษณะประชากรศาสตร์จากผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกาจึงไม่เหมาะกับผู้บริโภคชาวไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.2.1 ความหมาย

Schiffman & Kanuk (1994) ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางด้านจิตใจและทางร่างกายที่เกิดขึ้นในระยะเวลาหนึ่ง

เสรีวงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจซื้อสินค้าใดสินค้านึงของผู้บริโภค ซึ่งจะมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ การมองเห็นปัญหา การแสวงหาภายในการแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และทัศนคติหลังการซื้อ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ลำดับขั้นตอนที่ผู้บริโภคใช้ในการซื้อสินค้าหรือบริการ

2.2.2 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อ

แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดย Hawkins, Best & Coney ซึ่งแสดงความเกี่ยวข้องและรูปแบบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ (Involvement and Types of Decision) แบบจำลองนี้จะมีความละเอียดและซับซ้อน ได้แบ่งลักษณะการตัดสินใจออกเป็น 3 แนวทางหลักตามภาพที่ 2.4 ดังนี้

1. การตัดสินใจอย่างง่าย (Nominal Decision Making) เป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่ต้องใช้ความคิดมากนัก สินค้าเป็นประเภทที่ไม่ต้องหาข้อมูลมากมาย เพียงหาจากความทรงจำที่มีอยู่ในสมอง สินค้าราคาไม่สูงมาก และไม่ส่งผลกระทบในด้านภาพพจน์ เช่น ขนมขบเคี้ยว แปรงสีฟัน การซื้อเกิดจากความภักดีในตราสินค้า หรือเป็นการซื้อซ้ำ

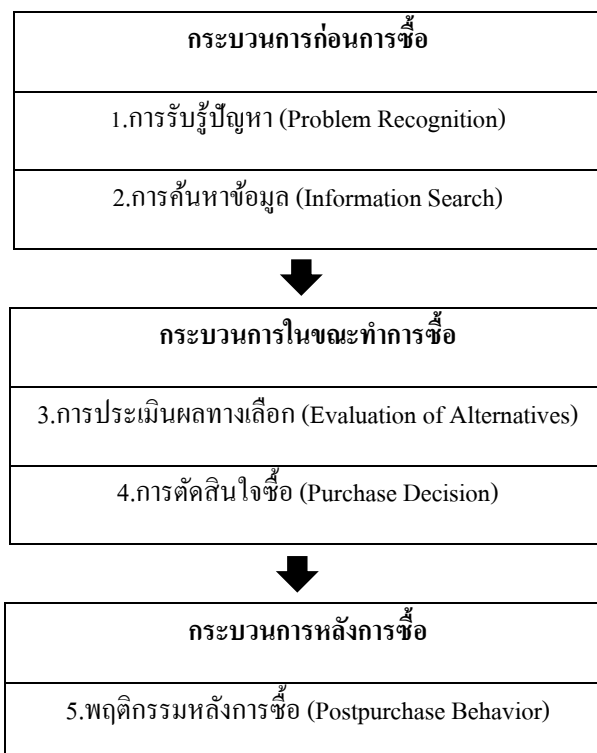
2. การตัดสินใจแบบจำกัดขอบเขต (Limited Decision Making) เป็นข้อมูลภายในที่มีอยู่ในสมองของผู้บริโภค แต่ต้องหาข้อมูลภายนอกมาเพิ่มเติมบ้าง มีทางเลือกในการตัดสินใจ 2-3 ทางเลือก ไม่ต้องใช้ความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจ พิจารณาคุณสมบัติ 2-3 ประการก็เพียงพอต่อการตัดสินใจ มีการประเมินผลหลังการซื้อใช้เล็กน้อยเท่านั้น การตัดสินใจแบบนี้อยู่กึ่งกลางระหว่างการตัดสินใจอย่างง่ายกับการตัดสินใจอย่างมาก เช่น ถ้าเราเข้าไปในร้านค้าแล้วหยิบกาแฟขึ้นมา 2 กล่อง เปรียบเทียบปริมาณและราคา ถ้าปริมาณเท่ากันก็จะตัดสินใจเลือกสินค้าราคาที่ถูกกว่า

3. การตัดสินใจอย่างเต็มรูปแบบ (Extended Decision Making) เป็นการหาข้อมูลจากภายในและข้อมูลจากภายนอกอย่างกว้างขวาง มีการประเมินทางเลือกจากหลาย ๆ ทางและมีการประเมินผลหลังการซื้อใช้อย่างมีนัยสำคัญ การตัดสินใจที่ต้องใช้ความคิดและข้อมูลมากจะเกิดขึ้นกับสินค้าที่มีราคาแพง สินค้าที่มีความเสี่ยงสูง หรือสินค้าที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน ดังนั้นในแต่ละขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อต้องทำอย่างเข้มงวด



ภาพที่ 2.4 แสดงแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดย Hawkins, Best & Coney (ซิโนรส ถิ่นวิไลสกุล, 2558, น.7)

แบบจำลองของ Hawkins, Best & Coney นั้นมีความซับซ้อนและเข้าใจยากเมื่อเปรียบเทียบกับขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของ (Kotler & Keller, 2009) ซึ่งสรุปออกมาได้ 5 ขั้นตอนที่สามารถใช้งานและเข้าใจกว่า ดังนี้



ภาพที่ 2.5 แสดงขั้นตอนของกระบวนการการตัดสินใจซื้อ (Kotler & Keller, 2009)

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การรับรู้ปัญหาเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ ผู้บริโภคจะรับรู้ปัญหาได้เกิดจากการเห็นสภาพความแตกต่างระหว่างสภาพในปัจจุบันกับสภาพในความปรารถนา ซึ่งปัญหาของผู้บริโภคเกิดจากแรงกระตุ้นภายใน หากมีแรงกระตุ้นมากพอให้ผู้บริโภคพยายามที่จะไปอยู่ในสภาพแห่งความปรารถนา

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการของผู้บริโภคถูกกระตุ้นมากพอ ผู้บริโภคก็จะแสวงหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจโดยจะค้นหาข้อมูลจากแหล่ง 2 แหล่งคือ

- 1) แหล่งข้อมูลภายใน (Internal search)
 - จากความทรงจำของผู้บริโภค
 - จากประสบการณ์ของผู้บริโภค
- 2) แหล่งข้อมูลภายนอก (External search)

- แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน
- แหล่งพาณิชย์ ได้แก่ การโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย บรรจภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า
- แหล่งสาธารณะ ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยงานของรัฐ
- แหล่งทดลอง ได้แก่ การถือครอง การตรวจสอบ การใช้ผลิตภัณฑ์

โดยปกติการค้นหาข้อมูลจะใช้เวลาและความพยายามแค่ไหน ขึ้นกับราคา ความเสี่ยงภัยจากการใช้ การยอมรับสินค้าของสังคม ปริมาณข้อมูลที่มีอยู่ ความถี่ในการซื้อ และอื่นๆ นอกจากนั้นแล้วปริมาณของข้อมูลจะขึ้นกับบุคคลว่าต้องเผชิญกับการแก้ปัญหามากหรือน้อยเพียงใด

ขั้นตอนที่3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สนใจจะนำมาประเมินว่าสินค้าใดดีกว่ากันในแง่ใด โดยจะคำนึงถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและตอบสนองความพึงพอใจได้ อย่างไรก็ตามการทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการประเมินผลข้อมูลเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนจะมีกระบวนการประเมินผลทางเลือกไม่เหมือนกัน หรือแม้แต่นคนเดียวก็อาจจะมียุทธวิธีการประเมินผลทางเลือกหลายวิธี แนวคิดพื้นฐานในการทำความเข้าใจคือ (1) ผู้บริโภคจะพยายามสนองความพึงพอใจ (2) ผู้บริโภคจะมองหาประโยชน์ของผลิตภัณฑ์สำหรับแก้ไขปัญหา (3) ผู้บริโภคจะมองผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดว่าประกอบด้วยชุดของคุณสมบัติที่สามารถส่งมอบผลประโยชน์เพื่อสนองความต้องการของพวกเขา และคุณสมบัติที่อยู่ในความสนใจของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามชนิดของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคได้ตัดสินใจว่าจะจ่ายเงินซื้อเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่คิดว่าดีที่สุด ตามการประเมินผลทางเลือกที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริโภคอาจจะมี ความเฉื่อยชาต่อการตัดสินใจ เนื่องจากมีความเสี่ยงภัยจากการซื้อผลิตภัณฑ์เกิดขึ้น โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของตนเอง หรือผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง นิตยาพร เสมอใจ (2550) ได้อธิบายถึงรูปแบบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ตามระดับของความพยายามในการแก้ปัญหา คือ

- พฤติกรรมการแก้ปัญหาย่างเต็มรูปแบบ (Extended Problem Solving : EPS) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบ่อยในการตัดสินใจซื้อครั้งแรก ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง และการซื้อเกิดขึ้นไม่บ่อย นานๆ ถึงจะซื้อ มักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังไม่มี ความคุ้นเคย จึงต้องการศึกษารายละเอียดของข้อมูลมากและใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่าผลิตภัณฑ์ที่คุ้นเคยแล้ว

- พฤติกรรมการแก้ปัญหาแบบจำกัด (Limited Problem Solving : LPS) เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ทางเลือกที่มีไม่แตกต่างกันมาก มีเวลาในการตัดสินใจน้อย หรืออาจไม่คิดว่ามีความสำคัญมาก จึงไม่ใส่ความพยายามในการหาข้อมูลและตัดสินใจอย่างจริงจัง
- พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชิน เป็นลักษณะของการซื้อซ้ำที่เกิดขึ้นมาจากความเชื่อมั่นในการตัดสินใจจากการแก้ไขในครั้งก่อนๆ จึงทำการแก้ปัญหาเหมือนเดิมตามที่สร้างความพึงพอใจ จนทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เดิมๆ ที่เกิดจากความเคยชิน กลายเป็นพฤติกรรมของความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ (Brand Loyalty) หรืออีกสาเหตุหนึ่งมาจากความเฉื่อย (Inertia) ของผู้บริโภคที่ต้องเริ่มศึกษาหรือแก้ปัญหาใหม่ๆ ทุกครั้ง จึงใช้ความเคยชิน แต่ถึงกระนั้นหากผู้บริโภคถูกกระตุ้นก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ทำการตัดสินใจใหม่ได้
- พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันที เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นกะทันหันหรือจากการถูกกระตุ้น โดยสิ่งเร้าทางการตลาดให้ตัดสินใจในทันที แม้ว่าผลลัพธ์ที่ตามมาจะมีความเสี่ยงต่ำหรือมีประสบการณ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นอยู่แล้ว
- พฤติกรรมที่ไม่ยึดติดและแสวงหาความหลากหลายเป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ผู้บริโภคทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากผู้บริโภคต้องการแสวงหาสิ่งที่ดีที่สุด

นอกจากรูปแบบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่แตกต่างกันแล้ว ยังมีวิธีการเร่งรัดการตัดสินใจที่เข้ามาเกี่ยวข้องในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้วย ซึ่งวิธีการเร่งรัดการตัดสินใจมี 2 ทางคือ (1) สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Pricing), สถานที่จำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (2) ลดความเสี่ยง (Reduced perceived risk) ประกอบด้วย การรับประกัน, ภาพลักษณ์ของบริษัท, ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และภาพลักษณ์ของตัวบุคคล

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) ภายหลังจากการซื้อและการใช้สินค้าแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ตามระดับความพอใจหรือไม่พอใจในภายหลัง และระดับความพอใจของผู้บริโภคจะมีมากหรือน้อย ขึ้นกับความคาดหวังที่พวกเขาคิดว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ ถ้าความคาดหวังมีมากกว่าผลที่ได้รับ ความพอใจหลังการซื้อจะน้อย ซึ่งจะส่งผลให้พวกเขาเลิกซื้อและพูดถึงผลิตภัณฑ์ในแง่ลบ แต่ถ้าผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ออกมาดีกว่าการคาดหวังในเบื้องต้น ก็จะส่งผลให้พวกเขาเกิดความพอใจทำการซื้อซ้ำ รวมทั้งกล่าวขวัญถึงผลิตภัณฑ์ในแง่บวก

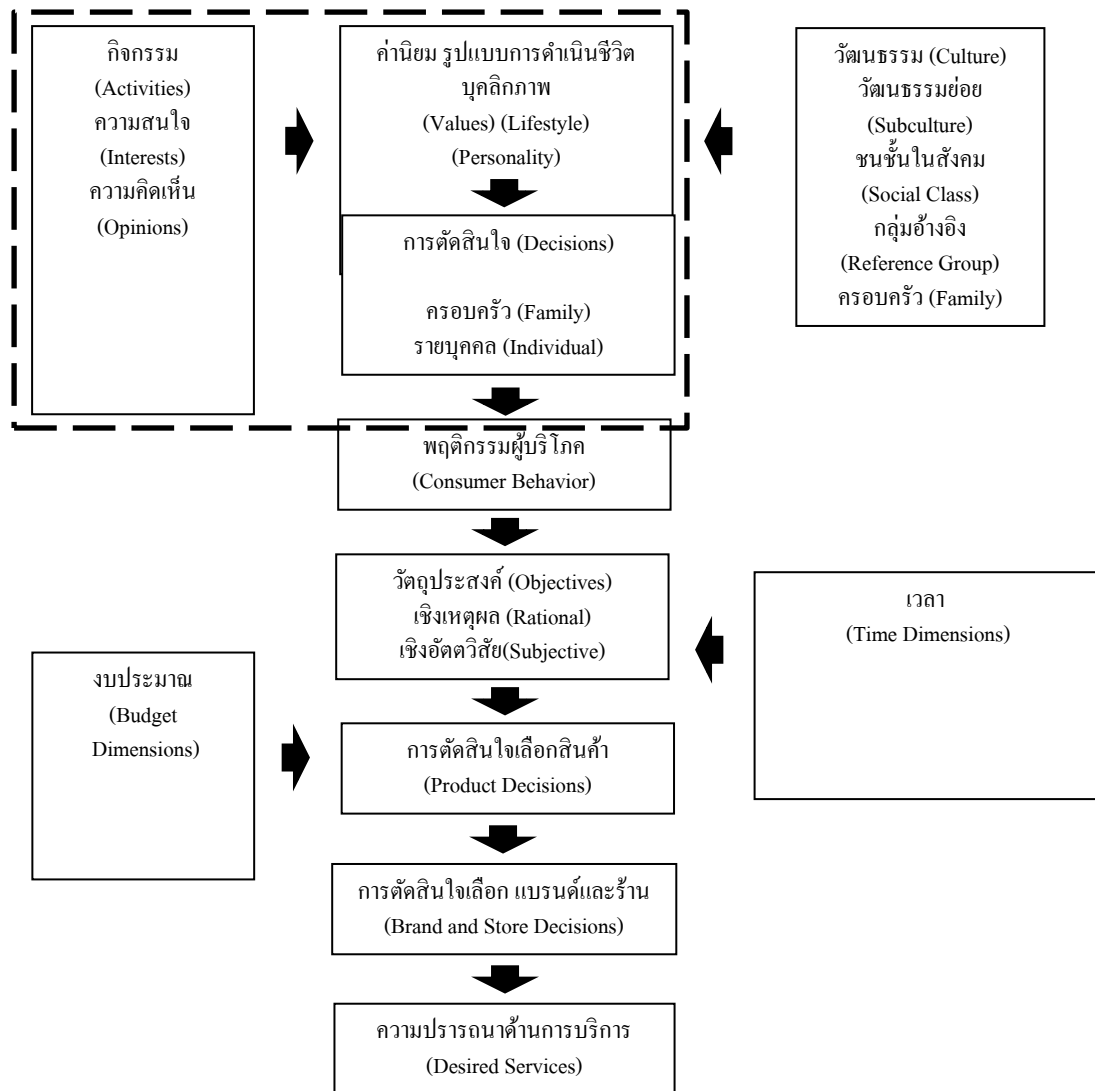
ผู้บริโภคที่ได้ตัดสินใจซื้อแล้วก็ยังมีความกังวลหรือความไม่สบายใจต่าง ๆ เพราะไม่มั่นใจว่าการตัดสินใจซื้อของตนจะถูกต้องหรือไม่ และสภาพจิตใจลักษณะนี้มักเกิดภายหลังการตัดสินใจซื้อที่ยากและสำคัญ เช่น การซื้อบ้าน ผู้บริโภคก็จะแวะชมบ้านหลาย ๆ แห่งแล้วนำมาเปรียบเทียบกัน เช่นตัดสินใจเลือกเพราะทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง ในขณะที่เดียวกันความไม่ไฝ่ฝันนอกเหนือจากทำเลที่ตั้งแล้ว คือบริเวณบ้าน เพื่อจะได้ปลูกต้นไม้ แต่บ้านหลังที่เลือกกลับไม่มีพื้นที่เช่นนั้น ในทางตรงข้ามกับบ้านที่อยู่ไกลออกไปและไม่ถูกเลือกกลับมีบริเวณบ้านด้วย แม้ว่าจะได้ตัดสินใจซื้อไปแล้ว แต่ก็ยังอยู่ในสภาพกังวลใจไม่สบายใจ ซึ่งจะหาวิธีคลายกังวล เช่น หาข้อมูลข่าวสารจากโฆษณาเพื่อมาสนับสนุนการตัดสินใจ หรือได้รับการยืนยันว่าตัดสินใจได้ถูกต้อง จากคนรู้จัก และพยายามหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง

ตารางที่ 2.2 แสดงการเปรียบเทียบแนวทางการศึกษาการตัดสินใจ

	Descriptive / behavioral decision theory (สิ่งที่เป็นอย่าง)	Prescriptive / Normative decision theory (สิ่งที่ควรจะเป็น)
การตัดสินใจ (The decision)	การตัดสินใจอะไรบ้างที่กระทำอยู่ในองค์กรนั้นๆ และผลของการตัดสินใจต่างๆ เหล่านั้นเป็นอย่างไร	การตัดสินใจแบบใดที่เหมาะสมที่สุด และสามารถมีวิธีการปรับปรุงการตัดสินใจต่างๆ ให้ดีขึ้นอย่างไร
ผู้ตัดสินใจ (The decision maker)	บุคลิกภาพของผู้ตัดสินใจในองค์กรมีอะไรบ้าง และอะไรที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ตัดสินใจ	ผู้ตัดสินใจที่กระทำอย่างมีเหตุผลควรเป็นอย่างไร
กระบวนการตัดสินใจ (The decision process)	การกระทำการตัดสินใจต่างๆ ที่อยู่ในองค์กรนั้นๆ เป็นอย่างไร	การตัดสินใจต่างๆ ในองค์กรนั้นๆ ควรจะมีกระบวนการตัดสินใจอย่างไร

หมายเหตุ. จาก กระบวนการตัดสินใจในการจัดสรรงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษากรณีเทศบาลนครหาดใหญ่ (น.13), โดย วราศิณี สุนทร, 2546

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทีมาจาก ภาพที่ 2.6 โดยใช้กรอบที่เป็นเส้นประ ช่วยให้เห็นการเรียงลำดับขั้นตอนประกอบด้วย การใช้มาตรการวัดแบบ AIOs ที่วัดจาก กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น จากนั้นวิเคราะห์ออกมาเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต เมื่อได้กลุ่มของรูปแบบการดำเนินชีวิตแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนของการตัดสินใจด้วยการใช้กระบวนการตัดสินใจ



ภาพที่ 2.6 แสดงอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Lifestyle Influences on Consumer Decisions) (Michman, 1991 อ้างถึงใน สิทธิพันธ์ พนันไชย, 2554, น.28)

จากข้างต้นสรุปได้ว่า โดยทั่วไปการจะซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง ผู้บริโภคจะต้องเกิดความต้องการอยากจะได้ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการก็ไม่ได้มีผู้ผลิตเพียงรายเดียว หากตัดสินใจซื้อผิดพลาดก็ต้องมาเสียใจและเสียคายนเงินที่จ่ายไป ดังนั้นหากผู้บริคนำกระบวนการตัดสินใจซื้อไปใช้ก็จะยิ่งทำให้การชื้อนั้นเกิดประสิทธิภาพและเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการรับรู้ความต้องการ เมื่อรับรู้ความต้องการแล้วจึงทำการค้นหาข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลเพียงพอก็สามารถนำมาเปรียบเทียบข้อแตกต่าง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในขั้นตอนของการประเมินทางเลือก หลังจากมีการประเมินผลแล้วจึงตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด กระบวนการซื้อยังไม่ได้จบแก่การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าแล้วจบสิ้นกระบวนการ

แต่ยังมีขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้บริโภคน้อยคนจะคิดถึงคือ ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งจะทราบพฤติกรรมนี้ได้ก็ต้องผ่านการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาแล้ว ขั้นตอนนี้จะป็นตัวสำคัญที่แสดงออกถึงประสิทธิผลจากการะบวนการตัดสินใจซื้อทั้งหมด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

2.3.1 ความหมาย

Kotler & Keller (2009) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลว่าชื่นชอบหรือผิดหวัง ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ตามที่รับรู้ (Product's Perceived Performance) กับความคาดหวังของเขา (Expectation)

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

นภารัตน์ เสือจงพรู (2544) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กาญจนา อรุณสุขรุจิ (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลให้เกิดความพึงพอใจในงาน

ธีรภคิต นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ให้นิยามว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหากความต้องการหรือจุดหมายไม่ได้รับการตอบสนอง

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2549) นิยามว่า ความพึงพอใจ หมายถึงการให้ความรู้สึกของคนที่มีสัมผัสกับโลกทัศน์เกี่ยวกับการจัดการสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการจัดการสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ

จิราพร กำจัดทุกข์ (2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นการยอมรับ ความรู้สึกที่ยินดี ความรู้สึกชอบในการได้รับการหรือได้รับการตอบสนองตามความคาดหวัง หรือความต้องการที่บุคคลได้ตั้งไว้

จากข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นความรู้สึกที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล มักจะเป็นไปในทางบวก และจะไม่เหมือนกันในแต่ละบุคคล โดยจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้รับการตอบสนองหรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า คือ การทำให้ลูกค้าได้รับผลของการตอบสนองสูงกว่าความคาดหวังของพวกเขา โดยทั่วไปแล้ว ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นผลต่างระหว่างผลลัพธ์ทางด้านบวกที่ได้จากผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังที่คาดหวังไว้ตั้งแต่ต้น และยิ่งผลต่างมากความพึงพอใจของลูกค้าก็ยิ่งสูงมากขึ้น

2.3.2 ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539) สรุปถึงปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ ประกอบด้วย
 - ภาพลักษณ์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท
 - ความเชื่อถือไว้วางใจของบริษัท
 - ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
 - ความแปลกใหม่ของการบริการ
2. กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ ประกอบด้วย
 - ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ
 - ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ
 - กิริยามารยาทที่ดีงามของผู้ให้บริการ
 - ความซับซ้อนยุ่งยากในขั้นตอนรับบริการ
 - ความประณีต บรรจงขณะให้บริการ
 - ความเลินเล่อของผู้ให้บริการ
 - ฝีมือ ภูมิปัญญาและความสามารถของผู้ให้บริการ
3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว ประกอบด้วย
 - ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าก่อนรับบริการ
 - ความสมบูรณ์ครบถ้วนของการบริการ
 - ความคงเส้นคงวาด้านคุณภาพการบริการ
 - การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า

- ความคุ้มค่าเงินหรือไม่ ของบริการหลังจากลูกค้าได้รับบริการจนครบถ้วน

ส่วนความคาดหวังของลูกค้า เกิดขึ้นจากหลายๆปัจจัยเช่น จากประสบการณ์ในการซื้อที่ผ่านมา จากคำแนะนำของคนใกล้ชิด จากข่าวสาร และปกติแล้วถ้าพนักงานการตลาดสร้างความคาดหวังสำหรับลูกค้าไว้สูงเกินไป ก็จะทำให้ลูกค้าก็มีแนวโน้มที่จะผิดหวังได้มาก ในทางตรงกันข้ามหากพนักงานการตลาดสร้างความคาดหวังสำหรับลูกค้าไว้ต่ำเกินไป ก็จะไม่เป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อสินค้านั้น เป้าหมายที่สำคัญที่สุดสำหรับนักการตลาดคือ การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตามความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้ใน การซื้อแต่ละครั้ง

2.3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) สรุปถึงปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ปัจจัยดังนี้

1. ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Personal Needs) ลูกค้าแต่ละรายจะมีลักษณะเฉพาะตัว ทำให้ความคาดหวังที่จะเกิดขึ้นเป็นไปเฉพาะแต่ละรายไป อาจจะเหมือนหรือแตกต่างกัน

2. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) สามารถแบ่งได้ คือประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเก่าที่มาใช้บริการ เคยได้รับบริการแบบไหนมาจะคาดหวังแบบนั้นตลอดไป และประสบการณ์จากการใช้บริการของกลุ่มแข่งขัน จะเอาความคาดหวังจากที่เก่ามาเป็นพื้นฐานในการตั้งความคาดหวังกับที่ใหม่

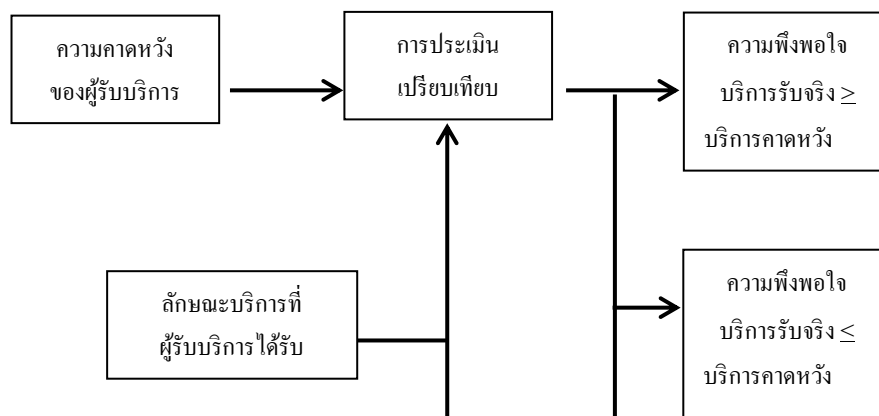
3. การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ (Communication) ประกอบด้วย (1) การสื่อสารทางการตลาดสู่ผู้บริโภค การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย รวมถึงการสื่อสารการตลาดรูปแบบอื่น ๆ ที่ไปถึงตัวผู้บริโภค ได้แสดงบทบาทสำคัญในการสร้างความคาดหวังขึ้นในใจ (2) การสื่อสารจากองค์ประกอบภายในองค์กร สามารถแยกออกเป็น 2 ส่วนคืออัตราค่าบริการ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับผู้บริโภคในการกำหนดระดับความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการ ลูกค้าย่อมต้องมีความคาดหวังสูงสำหรับบริการที่มีอัตราค่าบริการที่สูง มีความคาดหวังต่ำต่อบริการที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำ และส่วนของการตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอก - ภายใน สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ในการให้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค หากสถานบริการมีความหรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีอุปกรณ์ทันสมัย จะส่งผลให้ระดับความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อบริการสูงขึ้นตามไปด้วย

4. ปัจจัยทางสภาพการณ์ (Situational Factors) คือ สถานการณ์หรือช่วงเวลา que ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้าได้

5. ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication) คือ การที่ลูกค้ามีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับบริการทั้งในทางที่ดีและไม่ดี เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวัง

2.3.4 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ

Kotler & Keller (2009) ได้กล่าวว่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ หลังจากทำการซื้อสินค้าแล้ว ผู้บริโภคอาจรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ และทำให้เกิดพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) โดยสิ่งที่จะนำมาพิจารณาว่าผู้บริโภคจะพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คือ การพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค (Consumer's expectations) และการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของสินค้า (Product's perceived performance) ถ้าสินค้าหรือบริการปฏิบัติงานได้ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกผิดหวัง ถ้าสินค้าหรือบริการปฏิบัติงานตามความคาดหวังผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจ ถ้าสินค้าหรือบริการปฏิบัติงานได้สูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้น



ภาพที่ 2.7 แสดงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ (ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2559, ออนไลน์)

2.3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า

สิ่งที่สามารถบอกได้ถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า โดยธวัชชัย สุวรรณสาร (2556) ได้สรุปไว้ดังนี้

- 1) ระบบร้องเรียนและให้คำแนะนำ เช่น การติดตั้งกล่องรับแสดงความคิดเห็นของลูกค้าการมีสายด่วนลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถโทรเข้ามาร้องเรียนได้ตลอดเวลา
- 2) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เช่น การออกแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้า สอบถามถึงความคาดหวังที่คาดว่าจะได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือการสอบถามถึงปัญหาที่พวกเขาพบเจอมาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งข้อเสนอต่างๆ

- 3) การปลอมตัวเป็นลูกค้าของบริษัท โดยการจ้างให้บุคคลอื่นปลอมตัวเป็นลูกค้าเพื่อหาจุดอ่อนหรือจุดเด่นในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทและของกลุ่มแข่งขัน หรืออาจทำที่เป็นลูกค้าโทรศัพท์เข้าไปสอบถามหรือขอความช่วยเหลือจากบริษัท เพื่อเป็นการตรวจสอบพฤติกรรมการทำงานของคนในบริษัท
- 4) การวิเคราะห์ลูกค้าที่สูญเสียไป โดยการติดต่อลูกค้าที่เลิกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อค้นหาสาเหตุของการเลิกซื้อ

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจะต้องมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อการติดตามตรวจสอบว่าลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการตรงตามความคาดหวังที่ตั้งไว้หรือไม่ เพราะความพึงพอใจของลูกค้าเกิดขึ้นจากความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งหรือกำหนดไว้ สำหรับเป็นประโยชน์ในการรักษาสถานลูกค้าไว้และเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนองตามความคาดหวังของลูกค้ายิ่งขึ้นไป แต่การตรวจสอบความพึงพอใจจะต้องทำด้วยความระมัดระวัง เนื่องจากระดับความพึงพอใจที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนไม่เท่ากัน ผู้ที่มีหน้าที่ในการตรวจสอบจะต้องให้ข้อมูลที่ชัดเจน ตรงตามความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงเท่านั้น จึงจะได้รับการปรับปรุงแก้ไขที่ถูกต้อง

2.3.6 การวัดความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

เป็นการหาปัจจัยที่ใช้ในการวัดความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซึ่งจิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ได้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ออกเป็น 4 ด้าน คือ

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์วัดส่วนประกอบต่างๆ ของห้องชุดหรือของคอนโดมิเนียมที่ผู้ตัดสินใจซื้อคาดหวังจะได้รับ เช่น เฟอร์นิเจอร์ วัสดุก่อสร้าง เป็นต้น
- 2) ด้านราคาวัดเปรียบเทียบความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายออกไปกับสิ่งที่ได้รับจากคอนโดมิเนียม เช่น ความคุ้มค่าระหว่างราคาขายกับขนาดห้อง ความคุ้มค่าระหว่างราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้างห้องชุด เป็นต้น
- 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกวัดสิ่งต่างๆ ที่ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมจัดไว้ให้กับผู้ซื้อคอนโดมิเนียม แบ่งเป็นพักผ่อนหย่อนใจ สาธารณูปการ และบริการ
- 4) ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการวัดสภาพธรรมชาติหรือปัจจัยด้านกายภาพที่แวดล้อมอยู่รอบๆ โครงการคอนโดมิเนียม เช่น สภาพชุมชน การคมนาคมรอบๆ โครงการ ใกล้สถานที่สำคัญ เป็นต้น

2.4 คอนโดมิเนียม และพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551

2.4.1 ความหมาย

อนันตพร นคะจัด (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คอนโดมิเนียม หมายถึง รูปแบบการถือครองกรรมสิทธิ์ร่วมกันในอาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือครองกรรมสิทธิ์ออกเป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วน ประกอบด้วย กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง

ธงชัย ชูสุนัน (2556) กล่าวว่า คอนโดมิเนียม หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแบ่งถือกรรมสิทธิ์ออกเป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง ลักษณะส่วนใหญ่ตัวอาคารจะเป็นตึกใช้วัสดุทนไฟ หรืออาจเรียกง่าย ๆ ว่า “บ้านลอยฟ้า”

วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์รัตน์ (2556) ให้ความหมายว่า คอนโดมิเนียม หมายถึง เป็นอีกรูปแบบของที่อยู่อาศัย มีลักษณะเป็นอาคารชุดที่มีการแบ่งการถือครองกรรมสิทธิ์เพื่อการอยู่อาศัยออกเป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนจะประกอบไปด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลางที่เจ้าของห้องชุดจะต้องแชร์ความเป็นเจ้าของร่วมกับเจ้าของห้องชุดอื่นๆ ในพื้นที่ส่วนกลางเช่น ทางเดิน บริเวณห้องโถง ลิฟท์ โรงจอดรถ สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น

จากข้างต้นสรุปว่า คอนโดมิเนียม หรือ อาคารชุดคอนโด หมายถึง สิ่งปลูกสร้างที่มีขนาดใหญ่ สำหรับใช้เป็นที่อยู่อาศัยประเภทแนวสูง ประกอบด้วยห้องชุดหลายๆ ห้อง โดยเจ้าของห้องชุดสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ ประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง

แนวคิดคอนโดมิเนียมเกิดจากการหาวิธีการแก้ปัญหาขาดแคลนที่อยู่อาศัยของคนเมืองใหญ่ในประเทศตะวันตกที่มีประชากรต่อพื้นที่หนาแน่น และที่ดินมีราคาสูง โดยมีผู้คิดหาทำอย่างไรให้ทุกคนมีกรรมสิทธิ์ในที่พักอาศัย และได้อยู่ใกล้สถานที่ทำงานด้วย จึงได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าว ด้วยการนำเอาที่พักอาศัยจำนวนหลายๆ หน่วยมารวมกันในแนวตั้ง เพื่อที่คนจำนวนมากสามารถอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกันและอยู่ใกล้เส้นทางขนส่งมวลชน ขณะเดียวกันผู้พักอาศัยมีหน้าที่ร่วมกันออกค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาอาคารด้วย

2.4.2 ประเภทของคอนโดมิเนียม (สร้อยศรี สุวรรณทวิ, 2553) ได้มีการแบ่งประเภทของอาคารชุด หรือคอนโดมิเนียมออกเป็น 4 ประเภทคือ

1.อาคารชุดพักอาศัย (Residential Condominium) สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นที่พักอาศัย มีขนาดแตกต่างกันไปตามการออกแบบและทำเลที่ตั้งของโครงการ

2.อาคารชุดพักตากอากาศ (Resort Condominium) หรือเรียกอีกชื่อว่า อาคารชุดเพื่อการพักผ่อน มีลักษณะและรูปแบบคล้ายคลึงกับอาคารชุดพักอาศัย แต่อาคารชุดแบบนี้จะอยู่ในทำเล

ที่ตั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่ตากอากาศสำคัญๆ มักเน้นให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการพักผ่อนของผู้พักอาศัย

3.อาคารชุดสำนักงาน (Office Condominium) หรือ อาคารชุดเพื่อการค้าหรือพาณิชย์ เป็นอาคารชุดที่มีวัตถุประสงค์ใช้เป็นสำนักงาน หรือใช้เป็นสถานประกอบการของธุรกิจ การใช้งานจะไม่แตกต่างจากอาคารสำนักงานทั่วไป

4.อาคารชุดแบบผสม (Complex Condominium) เป็นอาคารชุดที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของเจ้าของโครงการ อาจประกอบด้วยส่วนที่เป็น ที่พักอาศัย ศูนย์การค้า โรงแรม และสำนักงาน

2.4.3 พระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2551 ออกมาเพิ่มเติมพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2551 มี 36 มาตรา มีการปรับเปลี่ยนเพราะพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 มีการใช้มานาน ประชาชนที่ซื้อห้องชุดเพื่อการอยู่อาศัยไม่ได้ได้รับความคุ้มครองที่เพียงพอ หลักเกณฑ์และรายละเอียดหลายๆ อย่างไม่สามารถใช้ได้จริงในทางปฏิบัติ รวมทั้งการปรับปรุงอัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมขึ้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้สรุปรวบรวมเฉพาะส่วนที่มีความเกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

ความหมายของคำต่างๆ ได้มีกำหนดไว้ในมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ

“อาคารชุด” หมายความว่า อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง

“ทรัพย์สินส่วนบุคคล” หมายความว่า ห้องชุด และหมายความรวมถึงสิ่งปลูกสร้าง หรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย

“ห้องชุด” หมายความว่า ส่วนของอาคารชุดที่แยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนเฉพาะของแต่ละบุคคล

“ทรัพย์สินส่วนกลาง” หมายความว่า ส่วนของอาคารชุดที่มีใช้ห้องชุดที่ดินที่ตั้งอาคารชุด และที่ดินหรือทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วม

“หนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด” หมายความว่า หนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง

“เจ้าของร่วม” หมายความว่า เจ้าของห้องชุดในอาคารชุดแต่ละอาคารชุด

“นิติบุคคลอาคารชุด” หมายความว่า นิติบุคคลที่ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้

“ข้อบังคับ” หมายความว่า ข้อบังคับของนิติบุคคลอาคารชุด

“การประชุมใหญ่” หมายความว่า การประชุมใหญ่สามัญหรือการประชุมใหญ่วิสามัญของเจ้าของร่วมแล้วแต่กรณี

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการนิติบุคคลอาคารชุด

“ผู้จัดการ” หมายความว่า ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

และได้มีการอธิบายกรรมสิทธิ์ในห้องชุดไว้ในมาตรา 12 ว่ากรรมสิทธิ์ในห้องชุดจะแบ่งแยกมิได้ ตามมาด้วยมาตรา 13 เจ้าของห้องชุดมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลที่เป็นของตนและมีกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง แยกเป็น พื้นห้อง, ผนังกันห้องที่แบ่งระหว่างห้องชุดใด ให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ร่วมของเจ้าของร่วมระหว่างห้องชุดนั้น และใช้สิทธิเกี่ยวกับทรัพย์สินดังกล่าวให้เป็นไปตามข้อบังคับ เจ้าของห้องชุดจะกระทำการใดๆ ต่อทรัพย์สินส่วนบุคคลของตนอันอาจจะเป็นการกระทบกระเทือนต่อโครงสร้าง ความมั่นคง การป้องกันความเสียหายต่อตัวอาคารหรือการอื่นตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับมิได้ ส่วนมาตรา 14 อัตราส่วนในกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลางของเจ้าของร่วมให้เป็นไปตามอัตราส่วนระหว่างเนื้อที่ของห้องชุดแต่ละห้องชุดกับเนื้อที่ของห้องชุดทั้งหมดในอาคารชุดนั้นในขณะของจดทะเบียนอาคารชุดตามมาตรา 6

ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินกลางจะมีมาตรา 15 ระบุว่าทรัพย์สินกลางประกอบด้วย (1) ที่ดินที่ตั้งอาคารชุด (2) ที่ดินที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน (3) โครงสร้าง และสิ่งก่อสร้างเพื่อความมั่นคงและเพื่อการป้องกันความเสียหายต่อตัวอาคารชุด (4) อาคารหรือส่วนของอาคารและเครื่องอุปกรณ์ที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน (5) เครื่องมือหรือเครื่องใช้ที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน (6) สถานที่ที่มีไว้เพื่อบริการส่วนรวมแก่อาคารชุด (7) ทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน (8) สำนักงานของนิติบุคคลอาคารชุด (9) อสังหาริมทรัพย์ที่ซื้อหรือได้มาตามมาตรา 48(1) จากการซื้ออสังหาริมทรัพย์หรือรับการให้อสังหาริมทรัพย์ที่มีค่ากระดัดพันเป็นทรัพย์สินกลาง (10) สิ่งก่อสร้างหรือระบบที่สร้างขึ้นเพื่อรักษาความปลอดภัยหรือสภาพแวดล้อมภายในอาคารชุด เช่น ระบบป้องกันอัคคีภัย การจัดแสงสว่าง การระบายอากาศ การปรับอากาศ การระบายน้ำ การบำบัดน้ำเสีย และการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล (11) ทรัพย์สินที่ใช้เงินร่วมกันออกค่าภาษีอากรตามอัตราส่วนเจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินกลางและในมาตรา 16 อธิบายว่าทรัพย์สินกลางที่เป็นอสังหาริมทรัพย์จะถูกฟ้องให้แบ่งแยกบังคับจำนอง หรือบังคับให้ขายทอดตลาด แยกจากทรัพย์สินส่วนบุคคลมิได้ ส่วนมาตรา 17 เป็นการจัดการและการใช้ทรัพย์สินกลางให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ และตามข้อบังคับ ประกอบด้วย มาตรา

17/1 ในกรณีที่มีการจัดพื้นที่ของอาคารชุดเพื่อประกอบการค้าจะต้องจัดระบบการเข้าออกในพื้นที่ดังกล่าวเป็นการเฉพาะไม่ให้รบกวนความเป็นอยู่โดยปกติสุขของเจ้าของร่วม ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบการค้าในอาคารชุด เว้นแต่เป็นการประกอบการค้าในพื้นที่ของอาคารชุดที่จัดไว้ตามวรรคหนึ่ง มาตรา 18 เจ้าของร่วมต้องร่วมกันออกค่าภาษีอากรตามอัตราส่วนที่เจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางตามมาตรา 14 เจ้าของร่วมต้องร่วมกันออกค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการให้บริการส่วนรวมและที่เกิดจากเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน และค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดูแลรักษาและการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนกลาง ตามอัตราส่วนที่เจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางตามมาตรา 14 หรือตามส่วนแห่งประโยชน์ที่มีต่อห้องชุด ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในข้อบังคับ ให้ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารตามมาตรา 6 เป็นเจ้าของร่วมในห้องชุดที่ยังไม่โอนกรรมสิทธิ์ให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง และต้องร่วมออกค่าใช้จ่ายตามวรรคหนึ่งและวรรคสองสำหรับห้องชุดดังกล่าวด้วย มาตรา 18/1 ในกรณีที่เจ้าของร่วมไม่ชำระเงินตามมาตรา 18 ภายในเวลาที่กำหนดต้องเสียเงินเพิ่มในอัตราไม่เกินร้อยละสิบสองต่อปีของจำนวนเงินที่ค้างชำระโดยไม่คิดทบต้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในข้อบังคับ เจ้าของร่วมที่ค้างชำระเงินตามมาตรา 18 ตั้งแต่หกเดือนขึ้นไปต้องเสียเงินเพิ่มในอัตราไม่เกินร้อยละสิบต่อปีและอาจถูกระงับการให้บริการส่วนรวมหรือการใช้ทรัพย์สินส่วนกลางตามที่กำหนดในข้อบังคับ รวมทั้งไม่มีสิทธิออกเสียงในการประชุมใหญ่ เงินเพิ่มตามวรรคหนึ่งให้ถือเป็นค่าใช้จ่ายตามมาตรา 18

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

นที จารีย์พานิช (2553) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกับปัจจัยการเลือกซื้อบ้าน โดยมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางในบ้านระดับราคากลาง-สูง” ได้วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ที่ต้องการซื้อบ้านระดับราคากลาง-สูง ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยเครื่องมือวัดแบบ AIOs ได้จัดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิต จากตัวแปร ด้านการใช้ชีวิตทันสมัย ด้านการศึกษาและการเรียนรู้ ด้านกีฬา ด้านการช่วยเหลือสังคม ด้านครอบครัว ด้านรักการทำงาน ด้านการท่องเที่ยว ด้านงานอดิเรก ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 27 ตัวแปร แล้วใช้การวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis จนสามารถแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มที่ 1 รักความก้าวหน้าและบ้ำงาน ทำงานล่วงเวลาเป็นประจำ ชอบเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ทักษะ ไม่ชอบงานอดิเรก ไม่ชอบเป็นอาสาสมัคร ไม่ชอบออกกำลังกาย (ร้อยละ 27)

- 2) กลุ่มที่ 2 ชื่นชอบกิจกรรม ชื่นชอบการทำกิจกรรมในทุกด้าน ชอบความแปลกใหม่ และไม่ชอบทำกิจกรรมที่ทำซ้ำจนเป็นงานอดิเรก (ร้อยละ 34.5)
- 3) กลุ่มที่ 3 ชอบอยู่บ้านทำงานอดิเรก ชอบใช้เวลาวันหยุดอยู่กับบ้าน ทำงาน มีความเป็นส่วนตัวสูง ไม่ชอบทำกิจกรรมในครอบครัว ไม่ชอบกีฬา และไม่ชอบการช่วยเหลือสังคม (ร้อยละ 38.5)

งานวิจัยของนที จารีย์พานิช เป็นการวิเคราะห์จากปัจจัยด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นเพียงชั้นเดียว การแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตจึงออกมาในลักษณะของการชอบปัจจัยทั้ง 3 ด้าน (กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น) แต่ในงานวิจัยของชนัญญา เกษะนันท์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคสูงอายุ” ทำการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยเครื่องมือวัดแบบ AIOs เหมือนกัน ได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรมจากจำนวน 36 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และหมุนแกนจากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มกิจกรรมออกเป็น 10 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มนักกิจกรรม (The activists) ชอบทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น เห็นได้จากการเข้ากิจกรรม ชุมชน การเป็นอาสาสมัครตามโครงการต่างๆ การร่วมกิจกรรมตามสโมสรต่างๆ และยังชอบร้องเพลง หรือคาราโอเกะเพื่อความบันเทิง
- 2) กลุ่มชอบเข้าสังคม (The social mixers) มีความสุขกับการได้พบเจอผู้คน เห็นได้จากความชอบในการพบปะเพื่อนฝูง ได้ดื่มเครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ เล่นไพ่ ที่ยวกลางคืน หรือไปงานสังสรรค์ และยังชอบตกปลา เล่นหมากรุก หรือเล่นเกมฝึกสมอง
- 3) กลุ่มทันสมัย (The up-to-date) สามารถปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยที่เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน เห็นได้จากสามารถเล่นคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เล่นหุ้น ชอบใช้ชีวิตนอกบ้าน เช่น ออกไปรับประทานอาหารข้างนอก ซัปปิ้ง หรือซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้า และชอบท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ
- 4) กลุ่มติดตามข่าวสาร (The readers) มีความสุขกับการได้ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ และอ่านนิตยสาร
- 5) กลุ่มเที่ยวเล่นไปเรื่อยๆ (The carefree) สนุกกับการออกไปใช้ชีวิตนอกบ้าน เช่น ไปดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ไปสวนสาธารณะ ไปพักร้อนต่างจังหวัด และมีความสุขกับการดูทีวีดีหรือซีดี การฟังเพลงหรือวิทยุ
- 6) กลุ่มรักสุขภาพทั้งกายและใจ (The healthy practitioners) ชอบเข้าวัดฟังธรรม นั่งสมาธิ หรืออ่านหนังสือธรรมะ และมีการดูแลตัวเอง เช่น ออกกำลังกาย เล่นกีฬา หรือแอโรบิก

- 7) กลุ่มใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (The time maximizers) ชอบใช้เวลาว่างในการทำงาน ประดิษฐ์ หรืองานฝีมือ และชอบทำงานหารายได้พิเศษเป็นประจำ
- 8) กลุ่มชีวิตร่วมสมัย (The modern nannies) ชอบใช้เวลาว่างโดยการช่วยเหลือหลาน หรือเด็กๆ การตกแต่งบ้าน และชมละครเวที ดูคอนเสิร์ตเพื่อความบันเทิง
- 9) กลุ่มรักธรรมชาติ (The nature huggers) ชอบอยู่กับธรรมชาติ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอยู่กับ ต้นไม้ใบหญ้า เช่น การทำสวน ดูแลต้นไม้ และดูแลสัตว์เลี้ยง
- 10) กลุ่มพ่อบ้านแม่ศรีเรือน (The homemakers) เป็นกลุ่มกิจกรรมรูปแบบดั้งเดิม ใช้เวลาส่วนมากกับการดูแลบ้าน ทำงานบ้าน และทำอาหาร

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความสนใจจากจำนวน 48 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และหมุนแกนจากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มความสนใจออกเป็น 11 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มเลือกสรรแต่สิ่งดี (The selective) สนใจเรื่องธรรมะ ชอบสวดมนต์ เข้าวัดหรือนั่งสมาธิ ชอบทำบุญกับวัด หรือผู้ด้อยโอกาส มีการดูแลใส่ใจตัวเอง และสุขภาพของตนให้ดี อยู่เสมอด้วยการรับประทานผักผลไม้ หลีกเลี่ยงการรับประทานเนื้อสัตว์ ออกกำลังกาย พบทันตแพทย์เป็นประจำ เลือกที่จะไปพบแพทย์มากกว่าซื้อยามาทานเอง ชอบเที่ยวกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับเทศกาลต่างๆ และชอบใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2) กลุ่มหมุ่นตามโลก (The forward-looking) เล่นอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ สนใจเทคโนโลยี ชอบใช้โทรศัพท์มือถือ ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และขับรถไปไหนมาไหนเอง
- 3) กลุ่มชอบท่องเที่ยว (The travelers) มีความสุขกับการเดินทางท่องเที่ยว เห็นได้จากความสนใจไปเที่ยวต่างจังหวัด หรือซื้อตั๋วไปเที่ยว เมื่อมีโอกาสก็อยากเดินทางไปรอบโลก
- 4) กลุ่มอารมณ์อ่อนไหว (The emotional) ชอบดูละครไทยหลังข่าว และโฆษณาในโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง และสนใจว่าคนรอบข้างมองหรือคิดกับตนอย่างไร
- 5) กลุ่มใช้ชีวิตเต็มที่ (The extreme) ใช้ชีวิตคล้ายคนหนุ่มสาว เห็นได้จากสิ่งที่สนใจ เช่น ชอบสูบบุหรี่ ชอบดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และบางคนเคยทำสัลยกรรม ชอบใช้ชีวิตอยู่บนความเสี่ยงและความท้าทาย
- 6) กลุ่มคล่องแคล่วกระฉับกระเฉง (The vigorous) มีความกระตือรือร้นอยากทำงานต่อแม้เกษียณไปแล้ว ชอบหาอะไรทำให้ชีวิตตนเองไม่ว่างจนเกินไป เห็นได้จากการทำกิจกรรมมากกว่าเมื่อเทียบกับเพื่อนในรุ่นเดียวกัน ชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ชอบใช้บริการขนส่งมวลชน หรือรถโดยสารสาธารณะ

- 7) กลุ่มบ้านอบอุ่น (The home-sweet-home) มีความสุขที่ได้ดูแลบ้านให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน ชอบทานอาหารไทย ชอบใช้เวลาอยู่กับลูกหลานในวันหยุดสุดสัปดาห์ และชอบไปเดินซื้อของตามตลาดนัด
- 8) กลุ่มบริโภคนิวส์และติดตามการเมือง (The news followers) ชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ชอบติดตามข่าวสารต่างๆ และมักจะเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง ชอบดูโทรทัศน์ และฟังเพลงเพื่อแก้เหงา หรือแก้เบื่อ
- 9) กลุ่มไม่ชอบความเสี่ยง (The safety-concerned) ชอบอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยและมักหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่างๆ มีความสุขเมื่อได้อยู่บ้าน
- 10) กลุ่มกินตามใจปาก (The enjoy-eating) ชอบอาหารจานด่วน ชอบดื่มน้ำหวานหรือน้ำอัดลมเป็นประจำ
- 11) กลุ่มผู้สูงอายุเมืองกรุง (The urbanites) เป็นคนเมือง ชอบดื่มชาหรือกาแฟเป็นประจำ มีความสามารถในการหารายได้จากการลงทุน

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความคิดเห็นจากจำนวน 48 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และหมุนแกนฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มความคิดเห็นออกเป็น 14 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มพึ่งตนเอง (The self-reliant) คิดว่าเมื่อมีความตั้งใจทุกสิ่งจะสามารถสำเร็จได้ และตนเป็นที่พึ่งแห่งตน เห็นว่าประเทศไทยควรจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่สาธารณะให้กับผู้สูงอายุ และระบบประกันสุขภาพที่ดีสำหรับผู้สูงอายุมากกว่านี้ เชื่อว่าถ้าจิตใจแจ่มใสร่างกายจะแข็งแรง ดังนั้นการดูแลตัวเองเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ความรักเป็นสิ่งสวยงาม ความสำเร็จในบั้นปลายชีวิต คือ มีครอบครัวที่อบอุ่น
- 2) กลุ่มให้ความสำคัญกับสิ่งรอบตัว (The caring) ตระหนักและให้ความสำคัญกับสิ่งรอบตัวค่อนข้างมาก คิดว่าการมีปัญญาไม่ได้หมายถึงการประสบความสำเร็จเสมอไป ระบบการศึกษาไทยควรได้รับการปรับปรุง ภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาสำคัญที่ควรแก้ไข และธรรมะเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินชีวิต
- 3) กลุ่มนักวิพากษ์ (The critics) รู้สึกว่าละครไทยไร้สาระและน่าเบื่อ มีผลต่อความรุนแรงทางพฤติกรรมหรือจิตใจของผู้บริโภค สื่อมวลชนไทยเชื่อถือได้น้อย และเห็นว่าในสังคมไทยยังมีช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนอย่างมาก รวมทั้งวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามีอิทธิพลมากเกินไป
- 4) กลุ่มห่วงใยประเทศ (The concerns) คิดว่าคนไทยไม่สามัคคีกันเหมือนก่อน รู้สึกว่าการเมืองไทยเป็นเรื่องน่าเบื่อ และประเทศกำลังเดินถอยหลัง

- 5) กลุ่มมองโลกในแง่ดี (The cheery) เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีความสุข เพราะว่ามีทัศนคติทางบวกต่อสิ่งต่างๆ ในชีวิต เช่น คิดว่าอายุเป็นเพียงตัวเลข กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่น่าอยู่ และวัดยังเป็นศูนย์กลางของชุมชน
- 6) กลุ่มเตรียมตัวเพื่ออนาคต (The well-prepared) วางแผนชีวิตตัวเองล่วงหน้า คิดว่าการทำประกันชีวิต หรือสุขภาพ และการรับประทานอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ มีความจำเป็น เพราะจะเป็นประโยชน์ในอนาคต ยอมรับได้หากตนเองจะต้องไปอยู่ที่บ้านพักผู้สูงอายุ และเห็นว่าไม่ควรมีการเกษียณอายุการทำงาน
- 7) กลุ่มวัตถุนิยม (The materialists) ให้ความสำคัญแก่สิ่งที่เป็นรูปธรรมมากกว่าสิ่งที่เป็นนามธรรม คิดว่าของที่มียุคสมัยจะมีคุณภาพที่ดีกว่า และสินค้าต่างประเทศคุณภาพจะดีกว่าสินค้าของไทย
- 8) กลุ่มไฮเทค (The tech-savvy) มีทัศนคติในเชิงบวกกับเทคโนโลยี มีความคิดเห็นว่าเป็นอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นในปัจจุบัน และเทคโนโลยีทำให้ชีวิตง่ายขึ้น
- 9) กลุ่มขาดความมั่นคงในชีวิต (The insecure) มีทัศนคติว่าเงินยังคงเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรกเสมอ และรู้สึกว่าการดูแลสุขภาพแล้วผู้สูงอายุ คิดว่าการมีโทรศัพท์มือถือเป็นสิ่งที่ทันสมัย
- 10) กลุ่มไม่เครียดกับชีวิต (The happy-living) เชื่อว่าการทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่วเป็นเรื่องจริง คิดว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ รู้สึกว่าสุขภาพของตนเองอยู่ในเกณฑ์ดีมาก และสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดี
- 11) กลุ่มอนุรักษ์นิยม (The hidebound) เห็นว่ากระแสนิยมเกาหลีเป็นเรื่องรับไม่ได้ และวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ทำตัวไร้สาระ
- 12) กลุ่มมองโลกในแง่ร้าย (The depressed) รู้สึกว่าความตายเป็นเรื่องหนักกลัว และคนส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญ และละเลยผู้สูงอายุ รวมถึงเศรษฐกิจไทยไม่มีความแข็งแกร่งมั่นคง
- 13) กลุ่มหัวโบราณ (The traditional) ยึดติดกับความคิดเก่าๆ มองว่าการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นเรื่องเสียหาย และคนไทยควรเริ่มแยกขยะอย่างจริงจังได้แล้ว
- 14) กลุ่มรับความเสี่ยงได้ (The risk takers) ไม่กลัวที่จะเผชิญหน้ากับความเสี่ยงในชีวิตประจำวัน คิดว่าศัลยกรรมตกแต่งเป็นเรื่องปกติ และไม่คิดว่าการลงทุนมีความเสี่ยงหรืออันตราย

หลังจากวิเคราะห์หัวข้อแปรจาก กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น และหมุนแกนจากแบบ Varimax อีกครั้งเพื่อวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต สามารถแยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 10 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบทันสมัยไม่ล่าหลัง (The modish) เป็นกลุ่มผู้สูงอายุเมืองกรุงที่สามารถปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง เล่นคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต หุ่น และกองทุน สนใจและมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี ชอบใช้โทรศัพท์มือถือ ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และติดตามข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร ขับรถไปไหนมาไหนเอง ชอบใช้ชีวิตนอกบ้าน เช่น การออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ช้อปปิ้ง หรือซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ชอบท่องเที่ยวต่างจังหวัด หรือซื้อทัวร์ต่างประเทศเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ และถ้ามีโอกาสจะเดินทางไปรอบโลก
- 2) กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมีชีวิตชีวา (The lively) เป็นกลุ่มที่กระตือรือร้น ชอบทำอะไรทำให้ชีวิตตนเองไม่ว่างจนเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับคนรุ่นเดียวกันจะมีกิจกรรมทำมากกว่า ถึงจะชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง แต่ยังคงสนใจเรื่องธรรมชาติ ชอบสวนมนต์ เข้าวัด ฟังธรรม หรือนั่งสมาธิ ชอบทำบุญเมื่อมีโอกาส ชอบดูแลใส่ใจตัวเองและสุขภาพ ให้ดูดีอยู่เสมอด้วยการรับประทานผักผลไม้ หลีกเลี่ยงการรับประทานเนื้อสัตว์ ออกกำลังกาย และไปพบแพทย์เป็นประจำ ชอบเที่ยวกับครอบครัว ชอบใช้เวลาอยู่กับลูกหลานในวันหยุดสุดสัปดาห์ ให้ความสำคัญกับเทศกาลต่างๆ สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดีแต่ยังชอบอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยมากกว่า มักหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่างๆ ในชีวิต
- 3) กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบห่วงใยผู้อื่นใส่ใจตนเอง (The compassionated) เป็นกลุ่มที่ถึงจะมีอายุมากแล้วก็ยังพึ่งพาตนเองได้ ไม่ต้องให้คนรอบข้างช่วยเหลือมากนัก คิดว่าเงินยังคงเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรก ตนควรเป็นที่พึ่งแห่งตน จึงมีความจำเป็นในการทำประกันชีวิต ประกันสุขภาพ การรับประทานอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ เพราะคิดว่าหากมีจิตใจที่แจ่มใสร่างกายก็จะแข็งแรง ยอมรับได้หากตนเองจะต้องไปอยู่บ้านพักคนชรา และมองดูสังคมไทยด้วยความห่วงใย ต้องการให้ประเทศไทยมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่สาธารณะ ระบบประกันสุขภาพที่ดีให้กับผู้สูงอายุมากกว่านี้ ระบบการศึกษาไทยควรได้รับการปรับปรุง ภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาสำคัญที่ควรแก้ไข และสนใจว่าคนรอบข้างมองหรือคิดกับตนอย่างไร ทั้งยังคิดว่าการมีโทรศัพท์มือถือเป็นสิ่งที่ทันสมัย
- 4) กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักกิจกรรม (The energetics) มักจะใช้เวลาวางให้เป็นประโยชน์ เช่นการประดิษฐ์ หรืองานฝีมือ รวมทั้งชอบทำงานหารายได้พิเศษ ชอบทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น เช่น การเข้ากิจกรรมชุมชน การเป็นอาสาสมัครตามโครงการต่างๆ การร่วมกิจกรรมตามสโมสรต่างๆ และได้พบปะเพื่อนฝูง ทั้งยังชอบร้องเพลง ร้อง

- คาราโอเกะ ไปงานสังสรรค์ เล่นไพ่ หรือเที่ยวกลางคืนเพื่อความบันเทิงส่วนตัว สนุกกับการได้ออกไปใช้ชีวิตนอกบ้าน เช่น ไปดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ไปสวนสาธารณะ ไปพักผ่อนต่างจังหวัด มีความสุขกับการได้ดูทีวีดีหรือวีซีดี การฟังเพลง หรือวิทยุ
- 5) กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจริงจังกับชีวิต (The earnest) เป็นกลุ่มที่วิตกกังวลเกี่ยวกับสิ่งรอบๆ ตัว คิดว่าประเทศกำลังเดินถอยหลัง เศรษฐกิจไทยไม่มีความแข็งแกร่ง มั่นคง ยังคงมีช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนอย่างมาก คนไทยไม่สามัคคีกันเหมือนแต่ก่อนและการเมืองไทยเป็นเรื่องน่าเบื่อ และรู้สึกว่ละครไทยไร้สาระ และน่าเบื่อ สื่อต่างๆ มีผลต่อความรุนแรงทางพฤติกรรมหรือจิตใจของผู้บริโภค สื่อมวลชนไทยยังเชื่อถือได้น้อย เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมองโลกในแง่ลบ โดยรู้สึกว่คนส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญหรือละเลยกับผู้สูงอายุ และความตายเป็นเรื่องน่ากลัว
 - 6) กลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสำมะเลเทเมา (The day seizers) ชอบใช้ชีวิตเต็มที่ตามแบบที่ตนเองเคยทำเมื่อยังเป็นหนุ่มสาว เช่น ชอบสูบบุหรี่ และดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใช้ชีวิตบนความเสี่ยงและทำทายเป็นชอบทานอาหารตามใจปาก เช่น ชอบอาหารจานด่วน ชอบดื่มน้ำหวานหรือน้ำอัดลมเป็นประจำ
 - 7) กลุ่มที่ 7 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบอยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน (The stay-home) เป็นกลุ่มพ่อบ้านแม่บ้านสูงอายุที่มักจะอยู่บ้าน ดูแลทำงานบ้าน ทำอาหาร ไม่ค่อยได้ออกไปไหน แต่ยังบริโภคข่าวสารและติดตามเรื่องการเมืองผ่านการอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ มักเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง ชอบดูโทรทัศน์ และฟังเพลงเพื่อแก้เหงาหรือแก้เบื่อ
 - 8) กลุ่มที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคุณหญิงข้ายายคุณชายปู่ตา (The chillax grandparents) ใช้เวลาว่างไปกับการดูแลสิ่งต่างๆ ในบ้าน เช่น การทำสวน ดูแลต้นไม้ และเลี้ยงสัตว์ ช่วยเลี้ยงหลานหรือเด็กๆ ตกแต่งบ้านให้ดูสวยงาม และไปชมละครเวที คอนเสิร์ต
 - 9) กลุ่มที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบหรรษาฟูฟ่า (The exuberant) ยึดติดกับความเป็นวัตถุนิยม คิดว่สินค้าต่างประเทศคุณภาพดีกว่าของไทย และสินค้าที่มีราคาแพงมีคุณภาพดีกว่าสินค้ราคาถูก เป็นกลุ่มที่รับความเสี่ยงได้ คิดว่การทำศัลยกรรมตกแต่งเป็นเรื่องปกติ และไม่คิดว่การลงทุนมีความเสี่ยงหรืออันตราย
 - 10) กลุ่มที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักประเพณีและวัฒนธรรมไทย (The conventional) มีความคิดแบบอนุรักษ์นิยม ยึดติดกับจารีตและประเพณีเก่าของไทย รู้สึกว่กระแสเกาหลีเป็นเรื่องที่รับไม่ได้ วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ทำตัวไร้สาระ มองว่การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นเรื่องเสียหาย และคนไทยควรเริ่มแยกขยะอย่างจริงจัง

และงานวิจัยของชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์ (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนิน การเปิดรับสื่อ และความภักดีของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟ” ทำการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟทั้งเพศชายและหญิง ช่วงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-60 ปี ด้วยเครื่องมือวัดแบบ AIOs ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 398 คน ได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรมจากจำนวน 30 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principle analysis) และหมุนแกนจากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มกิจกรรมออกเป็น 9 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มสังคมและสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ใช้เวลาว่างกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเพื่องานการกุศล หรืองานที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆ ที่ตัวเองสนใจ จึงเป็นกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคมสูง
- 2) กลุ่มบันเทิงเรีงใจ ชื่นชอบความสนุกสนาน รื่นเรีง ใช้เวลาพบปะสังสรรค์เจอเพื่อนหรือไปงานรื่นเรีงตามเทศกาลต่างๆ หากความบันเทิง ความผ่อนคลายให้กับชีวิต เช่น การไปชมคอนเสิร์ตหรือละครเวที และการไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในวันหยุด
- 3) กลุ่มทันสมัย ผ่อนคลายนอกร้าน ใช้เวลาในการผ่อนคลายนอกร้าน เช่น การซื้อของหรือเดินเล่นศูนย์การค้าหลังทำงาน การรับประทานอาหารนอกร้าน การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ เป็นการจัดสรรเวลาเพื่อผ่อนคลายยามว่างจากงานประจำ และมีความทันสมัยก้าวทันโลก ชอบใช้เวลาในการท่องอินเทอร์เน็ต ซื้อของผ่านเว็บไซต์ออนไลน์เพื่อความสะดวกรวดเร็ว
- 4) กลุ่มออกกำลังกาย ใส่ใจสุขภาพ ใช้เวลาในการทำกิจกรรมเพื่อดูแลสุขภาพของตนเอง และผ่อนคลายความเคร่งเครียดทางจิตใจ โดยการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ เพลิดเพลินกับการรับชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ และชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้นท้าทาย เช่น แข่งแรลลี่
- 5) กลุ่มครอบครัว สื่อพาเพลิน ใช้เวลาอยู่ร่วมกับสมาชิกในครอบครัวอย่างมีความสุข และทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เช่น การทำบุญหรือบริจาคเงินให้ผู้เดือดร้อน ชอบเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ เพื่อติดตามข่าวสารหรือผ่อนคลาย เช่น การฟังวิทยุเพื่อความบันเทิง
- 6) กลุ่มอุทิศเพื่องาน อุทิศเวลาให้กับการทำงาน โดยเวลาทั้งหมดที่มีค่าจะถูกทุ่มเทให้กับงานที่ทำ มักทำงานล่วงเวลาหรือทำงานในวันหยุดเสมอ เมื่อมีเวลาว่างจากงานประจำชอบทำงานนอกเพื่อหารายได้พิเศษ และมักไปสัมมนาหรืออบรมหลักสูตรที่เป็นประโยชน์กับงาน เพื่อพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

- 7) กลุ่มแม่บ้าน พ่อบ้าน รักในการดูแลบ้านที่ตนเองอาศัยอยู่ หากมีเวลามักชอบทำงานบ้าน เพื่อให้บ้านสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ โดยมีการดูแลรักษาทั้งภายในและภายนอกบ้าน ชอบทำสวนหรือดูแลต้นไม้ในเวลาว่าง
- 8) กลุ่มโลกจินตนาการ ใช้เวลาอยู่กับตนเองในการทำกิจกรรมต่างๆ มีจินตนาการและโลกส่วนตัวสูง อาจจะทำทอผ้า งานศิลปะหรืองานฝีมือที่ชอบทำ มักใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือเพื่อความเพลิดเพลินด้วย
- 9) กลุ่มรักสันโดษ ไม่ชอบเข้าสังคม รักสันโดษ มีความสุขในการใช้เวลาดูแลหรือเล่นกับสัตว์เลี้ยง ชอบเข้าวัด สวดมนต์ทำบุญตักบาตร เพื่อความผ่อนคลายความเครียดทางจิตใจ เป็นการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย ไม่ยุ่งยากกับสังคม

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความสนใจจากจำนวน 30 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principle analysis) และหมุนแกนฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มความสนใจออกเป็น 9 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มใจบุญสุนทาน มีใจฝึกฝึในการทำบุญต่างๆ เช่น การร่วมงานการกุศล การช่วยเหลือสังคม การพัฒนาชุมชน การช่วยเหลือสัตว์ คำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม มีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ไม่เห็นแก่ตัว คิดถึงคนรอบข้าง มีน้ำใจต่อเพื่อนร่วมโลกและสังคม
- 2) กลุ่มครอบครัวอบอุ่น ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นลำดับแรก เมื่อเจอปัญหาจะนำมาปรึกษาหาทางออกกับคนในครอบครัว ใช้เวลาว่างทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน บ้านจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกลุ่มนี้ ชอบพักผ่อนอยู่บ้านอย่างสบายใจในวันหยุดมากกว่าออกไปข้างนอก
- 3) กลุ่มสมัยนิยม แวดวงบันเทิง รักและสนใจเรื่องที่กำลังอยู่ในสมัยนิยม โดยเฉพาะเรื่องในวงการบันเทิง มีบุคคลที่ตนชื่นชอบและนิยมแต่งตัวตามบุคคลนั้น ถือได้ว่าเป็นคนในสังคมเมือง มักรับประทานอาหาร Fast Food เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด ชอบเล่นเกมเพื่อชิงรางวัลทางวิทยุ เพราะมีความตื่นเต้นท้าทาย
- 4) กลุ่มทันสมัยสไตล์ตนเอง รักความทันสมัย หากต้องการข้อมูลต่างๆ จะดำเนินการหาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง สนใจความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีสไตล์การใช้ชีวิตเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มักจะแต่งตัวแบบที่ตนชอบมากกว่าตามกระแสสังคม และชอบไปท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
- 5) กลุ่มพัฒนาต่อยอดความสำเร็จ สนใจเรื่องความสำเร็จของตนเอง โดยพยายามอย่างหนักเพื่อให้ตนเองได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองในเรื่องต่างๆ อยู่เสมอ เพื่อความสำเร็จในอาชีพการงาน และการได้รับชื่อเสียง เกียรติยศ

- 6) กลุ่มบ้านเราน่าอยู่ ให้ความสำคัญกับบ้านและที่อยู่อาศัยมาก จะทำความสะอาดบ้าน จัดบ้านให้เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ ชอบหาอะไรมาประดับตกแต่งบ้านเพื่อเพิ่มความสวยงาม เวลาส่วนใหญ่จึงทุ่มเทไปกับการดูแลบ้าน และยังให้ความสำคัญกับหน้าที่การงานของตนเองด้วย
- 7) กลุ่มห่วงใยสุขภาพ ให้ความสำคัญกับสุขภาพร่างกายของตนเอง คำนึงถึงสารอาหารก่อนการบริโภค และสนใจอาหารสุขภาพ จึงมีสุขภาพแข็งแรง เพราะใส่ใจในทุกสิ่งที่รับประทาน เน้นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย
- 8) กลุ่มมุ่งมั่นขยันทำงาน ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นหลัก ยินดีทำงานหนักไม่สนใจความเหนื่อยยาก เพื่อได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าและสบายใจในการทำงานที่รัก และจะไม่ชอบฟังวิญญูแต่ชอบดูโทรทัศน์เพื่อความผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน
- 9) กลุ่มวิทยุहरรรษา สื่อวิทยุเป็นสื่อที่กลุ่มนี้ให้ความสนใจและมีการเปิดรับมาก เพราะสามารถสร้างความผ่อนคลาย สนุกสนาน และเพลิดเพลินให้กับพวกเขาได้ จะเลือกเปิดรับเฉพาะรายการเพลงเท่านั้น จึงไม่สนใจที่จะติดตามข่าวสารหรือเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคมจากสื่ออื่นมากนัก เพราะอาจทำให้เกิดความเครียด

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความคิดเห็นจากจำนวน 30 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principle analysis) และหมุนแกนฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มความคิดเห็นออกเป็น 7 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มจิตสำนึก มีจิตสำนึกที่ดีต่อผู้อื่นและสังคม คิดว่าองค์กรธุรกิจควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงส่วนรวมมากกว่าผลกำไรขององค์กร จึงควรทำประโยชน์ดีๆ กลับคืนสู่สังคม เพราะเศรษฐกิจและสังคมของประเทศควรเติบโตควบคู่กันไป หากเกิดปัญหาในสังคมขึ้นทุกคนควรช่วยกันร่วมมือแก้ไข เพราะสังคมไทยจะน่าอยู่หากคนเรามีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน คิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก ดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความเห็นต่อเรื่องทางการเมืองว่าประชาชนที่ดีควรไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งและการแต่งตัวให้ดูดีจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ
- 2) กลุ่มปัจจุบันสู่ออนาคต ให้ความสำคัญกับปัจจุบันและอนาคต มีการวางแผนชีวิตและเก็บออมเพื่อวันข้างหน้า ตั้งใจทำปัจจุบันให้ดีมีความสุขและพอใจกับสิ่งที่มี เพื่อนำไปสู่อนาคตที่วางไว้ และคิดว่าสินค้าที่ผลิตจากไทยมีคุณภาพเทียบเท่าสินค้าจากต่างประเทศ
- 3) กลุ่มวัฒนธรรมนิยม ให้ความสำคัญกับเรื่องวัฒนธรรมทางด้านต่างๆ เชื่อว่าการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติสามารถทำได้ หากรับเข้ามาอย่างผสมผสานและก่อให้เกิดความลงตัวกับวัฒนธรรมไทย เพราะคนไทยมีวัฒนธรรมดีๆ ที่เป็นเอกลักษณ์มากมาย จึงควรช่วยกัน

อนุรักษ์และรักษาศิลปวัฒนธรรมไทยที่ทรงคุณค่าเอาไว้ และชอบช่วยเหลือผู้อื่นเวลาเดือดร้อน

- 4) กลุ่มอึดตา เชื่อและยึดถือความคิดของตนเองเป็นหลักทั้งทางด้านการทำงาน ความพอใจ และการเรียนรู้ เชื่อว่าประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร การซื้อเลือกสินค้าหรือบริการของคนกลุ่มนี้จะคำนึงถึงความพึงพอใจของตนเองมากกว่าปัจจัยทางด้านอื่นๆ เช่น ราคา และรักที่จะเรียนรู้เรื่องที่สนใจจากสื่อด้วยตนเอง
- 5) กลุ่มมองโลกแง่ร้าย มีความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ ในแง่ลบ คิดว่าโครงการเพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจไม่ได้ทำเพราะมีน้ำใจแต่เพื่อสร้างภาพให้กับองค์กรนั้น เพราะเชื่อว่าสังคมไทยทุกวันนี้มีแต่คนเห็นแก่ตัวมากขึ้น ผู้คนไม่มีน้ำใจไม่ตรีต่อกัน การเมืองไทยเป็นเรื่องน่าเบื่อ เพราะปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องยาวนานหลายปีส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของไทยที่ทำให้ชาวต่างชาติไม่กล้าเข้ามาลงทุน เนื่องจากปัญหาความมั่นคงทางการเมือง
- 6) กลุ่มห่วงใยเศรษฐกิจ ให้ความสำคัญกับเรื่องเศรษฐกิจ เชื่อว่าเศรษฐกิจของประเทศกำลังค่อยๆ ดีขึ้น การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจไม่เพียงแต่เป็นหน้าที่ของรัฐบาลหรือองค์กรเอกชนเท่านั้น แต่ประชาชนทุกคน ทุกฝ่าย ควรมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบแก้ไขปัญหาร่วมกัน จึงเชื่อว่าการศึกษาต่อในประเทศหรือต่างประเทศนั้นเหมือนกัน เพราะจำเป็นจะต้องเสียเงินให้กับเศรษฐกิจของต่างชาติ
- 7) กลุ่มเล่าสู่กันฟัง เป็นกลุ่มที่พร้อมรับฟังและให้คำปรึกษากับคนอื่น สามารถให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และทำให้ผู้อื่นสบายใจได้ เมื่อเจอปัญหาของตนเองก็พร้อมจะนำไปปรึกษากับคนรอบตัวเพื่อช่วยคิดหาทางออก

จากการวิเคราะห์ปัจจัยรวมของลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต จำนวน 90 ตัวแปร จากปัจจัยด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นมาวิเคราะห์ขั้นที่ 2 เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถจัดกลุ่มได้ 7 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบอนุรักษ์นิยม มีพลังความคิดเชิงบวกและมีจิตสำนึกที่ดีต่อเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ทุกคนควรเป็นเรื่องส่วนรวม จึงไม่มองโลกในแง่ร้ายและคิดว่าคนไทยยังมีน้ำใจไม่ตรีต่อกัน รวมถึงปัญหาต่างๆ ของประเทศกำลังคลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการกระทำในปัจจุบัน โดยการทำทุกๆ วันให้มีความสุขเพื่อนำไปสู่อนาคตที่ดี เป็นกลุ่มที่มีความคิดเป็นตัวของตัวเองสูงและมีความพึงพอใจในแบบของตน ให้ความสำคัญใส่ใจสุขภาพ เช่น คำนึงถึงสารอาหารก่อนบริโภค และสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ

- 2) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสนุกสนานสไตล์ตนเอง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สนุกสนาน เป็นกลุ่มคนเมืองที่มีความทันสมัยและนิยมทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อผ่อนคลายนอกบ้าน เช่น ไปศูนย์การค้าหลังเลิกงาน ไปชมคอนเสิร์ตหรือละครเวทีที่สนใจ ไปเที่ยวในวันหยุด เป็นต้น ให้ความสำคัญกับความบันเทิงรอบตัวมาก เพื่อนจึงเป็นสิ่งสำคัญของกลุ่มนี้ มีการนัดพบปะสังสรรค์กันอยู่บ่อยครั้ง เมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาที่ต้องการความช่วยเหลือก็จะมีเพื่อนผู้ซึ่งเป็นทีปรึกษาและให้คำแนะนำที่ดี หรือเป็นคนที่คุณมักจะมาปรึกษาปัญหาอยู่ด้วยเสมอ เพราะมีความไว้วางใจในกันและกัน เป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ทันสมัย ชอบใช้เวลาว่างท่องอินเทอร์เน็ต เช่น การหาข้อมูลต่างๆ หรือซื้อของที่อยากได้ เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว จึงสนใจความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีเอกลักษณ์ของตนเอง มักจะแต่งตัวแบบที่ตนชอบมากกว่าตามกระแสนิยม เมื่อมีเวลาว่างจะชอบทำงานศิลปะ งานฝีมือ เป็นงานอดิเรก หรืออ่านหนังสือเพื่อความเพลิดเพลิน
- 3) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบบ้านคือวิมาน ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัวเป็นหลัก ลำดับแรก ชอบอยู่บ้านในวันหยุด ใช้เวลาว่างร่วมกับคนในครอบครัว และหากมีปัญหา มรสุมชีวิตมักนำมาปรึกษากับคนในครอบครัว จึงเชื่อว่าบ้านเป็นที่อยู่อาศัยที่มีความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย เป็นศูนย์รวมของสมาชิกในครอบครัวที่ใช้ชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุข ดังนั้นจึงชอบทำงานบ้านหรือจัดสวนในเวลาว่าง เพื่อให้บ้านสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และตกแต่งให้น่าอยู่เสมอ
- 4) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคุณแลร์กษา มีความคิดเชิงบวกที่อยากดูแลรักษาตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม เพราะเชื่อว่าทุกสิ่งเป็นเรื่องของส่วนรวม จึงชอบเป็นอาสาสมัครช่วยเหลืองานด้านต่างๆ ได้แก่ งานการกุศล งานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และการร่วมทำบุญบริจาคให้ผู้เดือดร้อน และยังใส่ใจสุขภาพ ดูแลตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยการออกกำลังกายและชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ ทั้งยังมีวิธีผ่อนคลายความเครียดในแบบของตนเองด้วยวิธีต่างๆ เช่น การเล่นกับสัตว์เลี้ยง การทำกิจกรรมต้นเต็นท์ทำทาย การเข้าวัด สวดมนต์ทำบุญตักบาตร การฟังวิทยุเพื่อความบันเทิง มีความเป็นตัวของตัวเอง รักสันโดษและรักสิ่งแวดล้อม แต่ก็ชอบที่จะอยู่ร่วมกับครอบครัว
- 5) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต ให้ความสำคัญกับสมดุลชีวิตทั้งเรื่องหน้าที่ การงานและเรื่องส่วนตัว โดยจะทำงานอย่างมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาต่อยอดความสำเร็จ จะมุ่งมั่นขยันทำงาน ขอมทำงานหนักเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่าและเลือกทำงานที่ตนเองรัก เพื่อความสำเร็จในอาชีพการงาน และได้รับชื่อเสียง เกียรติยศ แต่ในอีกด้านหนึ่งของชีวิต จะมีการจัดสรรเวลาสำหรับการผ่อนคลายจากการทำงาน เช่น การฟังรายการเพลงวิทยุ

ระหว่างทำงาน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่สนใจ และการทำบุญในเวลาว่าง เช่น การช่วยเหลือสัตว์ การพัฒนาสังคม จึงสามารถจัดสรรสมดุลชีวิตได้อย่างลงตัวทั้งเรื่องหน้าที่การงานและเรื่องส่วนตัว

- 6) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบงานดี เศรษฐกิจเด่น จะให้ความสำคัญกับการทำงานและเศรษฐกิจ โดยมักจะทำงานล่วงเวลา ทำงานในวันหยุด และทำงานหารายได้พิเศษ มุ่งมั่นพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ เช่น เข้าร่วมสัมมนาหรืออบรมหลักสูตรที่เป็นประโยชน์กับงาน ยังคิดว่าการทำงานทุกภาคส่วนมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นหากทุกคนตั้งใจขยันทำงานจะช่วยทำให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นเรื่อยๆ
- 7) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมัยนิยม แวดวงบันเทิง รักและสนใจเรื่องที่กำลังอยู่ในสมัยนิยม โดยเฉพาะเรื่องในวงการบันเทิง มักมีบุคคลที่ตนชื่นชอบและนิยมแต่งตัวตามบุคคลนั้น ถือได้ว่าเป็นคนในสังคมเมือง ชอบรับประทานอาหารจาร์วอน เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และยังชอบเล่นเกมเพื่อชิงรางวัลทางวิทยุ เพราะมีความตื่นเต้น

มีการแบ่งกลุ่มจากปัจจัยออกเป็นกลุ่มด้านกิจกรรม กลุ่มด้านความสนใจ และกลุ่มด้านความคิดเห็น ก่อนจะนำมาวิเคราะห์อีกชั้นด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แยกได้ชัดเจนขึ้น ส่วนงานวิจัยของสิทธิพันธ์ ทนันไชย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน” ทำการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ซื้อสินค้าเสมือนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยเครื่องมือวัดแบบ AIOs เหมือนกัน ได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรมจากจำนวน 36 ตัวแปร โดยใช้วิธีการประกอบหลัก (Principle Component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มกิจกรรมออกเป็น 9 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มพัฒนาตนเองและสังคม จัดสรรเวลาเพื่อการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ โดยนิยมทำงานบ้าน ทำอาหารและงานฝีมือ อ่านหนังสือเพิ่มพูนทักษะ เรียนพิเศษหรือฟังสัมมนา ร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ บริจาคเงินช่วยเหลือผู้ประสบภัย ทำงานหารายได้พิเศษและวาดภาพ
- 2) กลุ่มเดินห้างช้อปปิ้ง นิยมจัดสรรเวลาโดยการซื้อสินค้าและเที่ยวหลายรูปแบบ ทั้งเดินเล่นช้อปปิ้งตามห้างสรรพสินค้า ดูภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ นัดเที่ยวกับแฟน เที่ยวต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ นัดพบเพื่อนใหม่จากอินเทอร์เน็ต และซื้อโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่บ่อยๆ หรือมากกว่า 1 ครั้ง/ปี

- 3) กลุ่มรื่นเริงบันเทิงใจ จัดสรรเวลาส่วนใหญ่เพื่อความรื่นเริง นิยมเที่ยวกลางคืน ไปชมคอนเสิร์ตตามงานต่างๆ เล่นดนตรี และร้องคาราโอเกะ
- 4) กลุ่มทันสมัย กระแส จัดสรรเวลาไปกับการติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ปัจจุบัน โดยนิยมดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ ละคร และรายการโทรทัศน์ ฟังวิทยุ และอ่านเรื่องน่าสนใจบนเว็บไซต์
- 5) กลุ่มโซเชียลเน็ตเวิร์ก จัดสรรเวลากับการอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์เพื่อเข้าสู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยนิยมเล่น Social Network เช่น Facebook แชนทและคุยโทรศัพท์กับเพื่อนนอนหลับพักผ่อน และดาวน์โหลดเพลงมาฟัง
- 6) กลุ่มชอบเทคโนโลยี จัดสรรเวลาส่วนใหญ่ไปกับการติดตามเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยนิยมหัดใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ๆ ใช้มือถือสมาร์ทโฟนได้ทุกฟังก์ชัน และไปเยี่ยมชมงานที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ไอที
- 7) กลุ่มเกมและการ์ตูน ใช้เวลาส่วนใหญ่กับการเล่นเกมและอ่านหนังสือ โดยนิยมหาเกมใหม่ๆ เล่น เล่นเกมคอนโซล เช่น Playstation และอ่านเรื่องสั้น นิยาย หรือหนังสือการ์ตูน
- 8) กลุ่มรักกีฬา ให้ความสำคัญกับกีฬา โดยชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา และออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา
- 9) กลุ่มบันเทิงในบ้าน ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการหาสิ่งบันเทิงในบ้าน โดยนิยมโหลดภาพยนตร์จากอินเทอร์เน็ต

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความสนใจจากจำนวน 37 ตัวแปร โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มความสนใจออกเป็น 9 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มมั่นใจทันสมัย ให้ความสำคัญเรื่องความมั่นใจ ทันสมัยและกล้าแสดงออกโดยจะชอบที่จะพูดคุยกับคนแปลกหน้า กล้าจะแสดงออกทางที่ดีในที่สาธารณะ สนใจเรื่องที่อยู่ในกระแส นิยม สนใจเรื่องแฟชั่นและเทรนด์ใหม่ ชอบติดตามข่าวคราวศิลปินและดารายอดนิยมมีโอกาสได้พบปะศิลปินคนที่ชอบ ชอบหาเพื่อนทางอินเทอร์เน็ต ให้ความสำคัญกับการหวังผลทางลัด โดยนอนดึกเพื่อให้มีเวลาทำกิจกรรมอื่นๆ และยอมอดอาหารเพื่อรูปร่างที่ดี
- 2) กลุ่มบุคลิกดีสุขภาพดี ให้ความสำคัญเรื่องบุคลิกที่ดีและสุขภาพที่แข็งแรง โดยสนใจบำรุงใบหน้าให้ผิวหน้าดูดี รักการแต่งตัวเพื่อบุคลิกที่ดี รักษารูปร่างให้ดีอยู่เสมอ ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดี และสนใจที่จะเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์

- 3) กลุ่มครอบครัว สังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความสนใจเรื่องครอบครัว สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยจะสนใจที่จะปรึกษากับครอบครัวในทุกเรื่องเมื่อมีปัญหา ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก สนใจการตกแต่งบ้านให้น่าอยู่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพื่อโลกที่น่าอยู่ สนใจการช่วยเหลือองค์กรการกุศล และสนใจเรื่องเหตุบ้านการเมือง
- 4) กลุ่มทะเลาะเถียงกัน สนใจเรื่องความทะเลาะเถียงกันเพื่ออนาคต โดยจะให้ความสำคัญเรื่องงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว อยากเรียนให้สูงที่สุดเพื่ออนาคต พยายามอบรมหลักสูตรเพื่อพัฒนาตัวเอง และมีความขยันและตั้งใจเรียนหรือทำงาน
- 5) กลุ่มอารมณ์ดีสท์ ให้ความสำคัญเรื่องโลกส่วนตัวสูง โดยชอบที่จะอยู่เงียบๆ อย่างสงบ ไม่ชอบไปสถานที่ที่มีผู้คนพลุกพล่าน และยังใช้ความคิดได้ดีเมื่ออยู่คนเดียว
- 6) กลุ่มติดเพื่อน ให้ความสำคัญกับเพื่อนสูง โดยมองว่าเพื่อนคือคนที่เข้าใจที่สุด และเมื่อมีปัญหา มักจะปรึกษาเพื่อนเป็นอันดับแรก
- 7) กลุ่มไอที ให้ความสนใจเรื่องเทคโนโลยีและไอที โดยจะชอบอัปเดตข่าวสารในวงการไอที และใส่ใจในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดเวลา
- 8) กลุ่มรักสบาย ให้ความสนใจเรื่องความสบาย โดยมองว่าการได้กินอิ่มนอนหลับเป็นเรื่องที่ดีที่สุด อยากอยู่บ้านเฉยๆ โดยไม่ต้องเรียนหรือทำงาน สนใจดูโทรทัศน์เป็นชีวิตจิตใจ และยังสนใจการทำนายและดูดวง
- 9) กลุ่มทำทนาย ให้ความสนใจเรื่องความท้าทาย โดยอยากมีประสบการณ์แปลกใหม่ที่ท้าทาย เช่น กระโดดบันจี้จัมป์ และการท่องเที่ยวรอบโลกเป็นความใฝ่ฝันของฉัน

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความคิดเห็นจากจำนวน 35 ตัวแปร โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มความคิดเห็นออกเป็น 7 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มเข้าใจโลก มีความเข้าใจโลกสูงในทุกมุมมอง มีความเห็นที่หลากหลายรอบด้าน ประกอบด้วย
 - ด้านการเมือง เช่น การเมืองเป็นเรื่องของทุกคน
 - ด้านเศรษฐกิจ เช่น ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ เศรษฐกิจเป็นเรื่องเกี่ยวกับปากท้องของส่วนรวม สินค้าแบรนด์เนมอาจไม่สร้างความพอใจในการใช้งานเสมอไป การวางแผนก่อนซื้อสินค้าเป็นเรื่องจำเป็น สินค้าที่ดีต้องมีความคุ้มค่าทนทาน โฆษณาเป็นสิ่งที่ช่วยตัดสินใจในการซื้อสินค้า
 - ด้านสังคม เช่น ในสังคมไม่ควรมีการเอาเปรียบกัน ทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออก การศึกษาเป็นสิ่งพัฒนาความสามารถของบุคคล ใน

ขณะเดียวกันก็ยังมีมองเห็นด้านตรงกันข้ามว่าคนเห็นแก่ตัวในสังคมนับวันจะเพิ่มจำนวน สังคมในปัจจุบันนี้มีอันตรายรอบตัวอีกด้วย และยังแสวงหาความตื่นเต้นท้าทายโดยมีความเห็นว่าเป็นสีสันของชีวิต

- 2) กลุ่มอนุรักษ์นิยม มีความเห็นแบบอนุรักษ์นิยม มีความคิดเห็นทางด้านการพัฒนาสังคมบนรากฐานที่ดี เห็นว่าครอบครัวคือสถาบันพื้นฐานของสังคม ยาเสพติดบ่อนทำลายอนาคตชาติ และประเพณีไทยเป็นสิ่งดีงามที่ควรรักษา และเห็นว่าการทำธุรกิจนอกจากผลกำไรต้องนึกถึงส่วนรวมด้วย มีจิตอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยมีความคิดทางด้านการหันมาใช้ถุงผ้าเพื่อลดโลกร้อน
- 3) กลุ่มหัวนอก มีความเห็นส่วนใหญ่ตามแบบชาวต่างชาติ โดยเฉพาะเรื่องของวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมและการแต่งกายต่างๆ ที่เปิดกว้างมากและตามกระแสขึ้นกว่าในอดีต เช่น การเลียนแบบวัฒนธรรมของชาติอื่นเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ การเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติ เช่น เกาหลี เป็นเรื่องที่ดีของสังคม การแต่งตัวตามกระแสไม่ใช่เรื่องที่เสียหาย และวัฒนธรรมไทยในบางเรื่องยังล้ำสมัย
- 4) กลุ่มผู้มั่งคั่ง มีความเห็นส่วนใหญ่ที่เต็มไปด้วยความเป็นผู้นำสูง โดยมีความเห็นว่าทุกคนมักเลือกให้ตนเป็นหัวหน้า และมีความใฝ่ฝันที่จะเป็นผู้บริหารระดับสูง มีความมั่นใจสูงด้วย โดยคิดว่าคนอื่นมักขอคำปรึกษาของตนเสมอๆ และมองว่าตนเป็นศูนย์กลางของจักรวาล ซึ่งทุกคนต้องให้ความสนใจใส่ใจตนเอง
- 5) กลุ่มแนวคิดพอเพียง มีความเห็นแบบไม่ฟุ้งเฟ้อหรืออยากได้อะไรที่มีสิ่งที่ไม่จำเป็น เช่น เราควรซื้อสินค้าใช้เท่าที่จำเป็นเท่านั้น และการแต่งตัวตามแฟชั่นเป็นเรื่องที่ฟุ่มเฟือย และมีความคิดเห็นทางด้านประเพณีที่ดีงานต่อวัฒนธรรม เช่น การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นเรื่องที่ไม่ควรกระทำ และการออกกฏให้เยาวชนเล่นเกมตามเวลาที่บังคับเป็นเรื่องเหมาะสม
- 6) กลุ่มวันนี้ดีที่สุด เน้นความคิดเห็นทางด้านการดำเนินชีวิตให้ดีที่สุดในวันนี้ และพอใจกับปัจจุบันที่เป็นอยู่ โดยยังไม่มองถึงเรื่องอนาคตล่วงหน้า เช่น เรื่องปัจจุบันสำคัญกว่าอนาคต ฉะนั้นจะทำงานให้ดีที่สุด ฉะนั้นมีความสุขกับชีวิตที่เป็นในทุกวันนี้
- 7) กลุ่มคิดนอกกรอบ มีความคิดเห็นที่ไม่ยึดติดกับเรื่องเดิมๆ นิยมความตื่นเต้นท้าทาย โดยทนใช้ชีวิตเรียบง่ายไม่ได้ และยังมีความคิดที่แปลกแยกออกจากสิ่งที่ได้รับรู้มา เช่น ทำดีได้ดีมีที่ไหน ทำชั่วได้ดีมีถมไป

จากนั้นได้วิเคราะห์ปัจจัยรวมโดยนำกลุ่มกิจกรรม กลุ่มความสนใจ และกลุ่มความคิดเห็นมาวิเคราะห์ขั้นที่ 2 โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มกิจกรรมออกเป็น 6 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผู้ล่าสมัย ให้ความสำคัญกับเรื่องของกิจกรรมในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านการพัฒนาตนเอง มักชอบที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ๆ จากการเดินทางและช้อปปิ้ง ชอบเทคโนโลยีเป็นชีวิตจิตใจ และไม่ขาดเรื่องการหาสิ่งบันเทิงใจ สนใจเรื่องของกีฬาและการออกกำลังกาย ไม่ปล่อยให้ตนเองตกเทรนด์ใหม่ๆ โดยมักจะติดตามข่าวสารให้ทัน โลกทันกระแสอยู่เสมอ ส่งผลให้กลุ่มนี้มีความเป็นผู้นำสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ
- 2) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบออกหน้าออกตา มีลักษณะเด่นที่สุดในเรื่องของหน้าตาทางสังคม โดยมีความสนใจในเรื่องของ โครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ที่ต้องประกอบไปด้วย ครอบครัว สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นกลุ่มที่สังคมยกย่องและมักเป็นผู้มีหน้ามีตาทางสังคม ชอบความท้าทายในเรื่องต่างๆ สนใจเทคโนโลยีและอุปกรณ์ไฮเทคล้ำสมัยเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ มีความทะเยอทะยานสูงในตนเอง และสำคัญที่สุดคือ จะพยายามที่จะรักษารูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพของตนให้ดูดีอยู่เสมอ พร้อมในการออกหน้าทุกสถานการณ์
- 3) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรู้โลกถ่องแท้ มีความเข้าใจความเป็นไปของโลกดีที่สุดในทุกๆ ด้าน มีความคิดเห็นทางด้านอนุรักษ์นิยม และมีแนวคิดในการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน ใช้ชีวิตในปัจจุบันให้ดีที่สุดในปัจจุบันและอยู่อย่างพอเพียง
- 4) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเพื่อนพาเพลิน ชื่นชอบในการปฏิสัมพันธ์และพบปะสังสรรค์กับเพื่อน โดยให้ความสำคัญกับเพื่อนมาก ทั้งการพบปะส่วนบุคคล แชนท คยุ โทรศัพท์และทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค มีความสนใจในเรื่องที่อยู่ในกระแสนิยม ชอบเล่นอินเทอร์เน็ต ชอบความสะดวกสบายโดยเฉพาะการนอนหลับพักผ่อน
- 5) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบแปลกแหวกแนว ชอบในสิ่งที่แปลกหูแปลกตาจากสิ่งที่เคยได้พบ ได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์ มีความคิดเห็นในเรื่องที่ไม่ใช่กระแสหลักที่คนทั่วไปให้ความสนใจ มักจะคิดในอีกแง่มุมเสมอ เปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติ และกล้าที่จะตามกระแสใหม่ๆ โดยไม่สนใจสิ่งใด
- 6) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนันทนาการ รักในการพักผ่อนด้วยกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ในเวลาว่าง ได้แก่ การเล่นเกม การอ่านหนังสือการ์ตูน การชมภาพยนตร์ในบ้าน และชอบในเรื่องของการใช้ชีวิตคนเดียวอย่างสงบ ไม่มีคนพลุกพล่าน

งานวิจัยของฐิติพร ปิยะพงษ์กุล (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต แสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ” ทำการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่ใส่ใจสุขภาพ อายุระหว่าง 18-60 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรมจากจำนวน 35 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก การสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มกิจกรรมออกเป็น 11 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มไม่ใส่ใจสุขภาพ จะไม่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ มีการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ชอบเที่ยวกลางคืนตามผับ บาร์ และสูบบุหรี่ เป็นการทำให้สุขภาพของตนเอง โดยอาจมีสาเหตุมาจากความเครียด ต้องการความเพลิดเพลิน เปิดหูเปิดตา พบปะเพื่อนฝูง พุดคุยปรึกษาปัญหาต่างๆ
- 2) กลุ่มตามใจปาก เลือกรับประทานอาหารตามใจปาก ชื่นชอบการรับประทาน อาหารจานด่วน หรืออาหารสำเร็จรูป เวลาว่างมักรับประทานขนมหวาน ขนมขบเคี้ยว และเลือกที่จะออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านมากกว่าการทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน อาจมีสาเหตุมาจากการมีเวลารับประทานอาหารน้อย ต้องรีบเร่ง เลยต้องหาอาหารที่สามารถรับประทานง่ายและรวดเร็วแทน
- 3) กลุ่มพิถีพิถันในการบริโภคสินค้า มีความละเอียดอ่อนและใส่ใจในการเลือกซื้อสินค้าในระดับหนึ่ง มักซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ขายสินค้าเฉพาะเจาะจง เช่น เลือกซื้อสินค้าจากร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น เช่น ร้าน Golden Place ร้าน Lemon farm ในปีมาจากร้านขายสินค้าปลีกเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ หรือเลือกซื้อสินค้าที่เสริมสร้างสุขภาพ เช่น รองเท้าเพื่อสุขภาพ เก้าอี้นวดเพื่อสุขภาพ และชอบเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ และนิยมบริโภคสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ หรือสินค้าที่มีตราสินค้าต่างประเทศ
- 4) กลุ่มชอบทำกิจกรรมยามว่าง ในเวลาว่างมักเลือกที่จะอยู่บ้าน ใช้เวลาอยู่กับตนเองหรืออาจทำกิจกรรมร่วมกับคนในครอบครัว เช่น ทำงานประดิษฐ์ประคอย เย็บปักถักร้อย ชอบธรรมชาติ ปลูกต้นไม้ ทำสวน เลี้ยงสัตว์เป็นเพื่อน และออกไปดูคอนเสิร์ตหรือละครเวที
- 5) กลุ่มรักตนเองและสังคม จะคำนึงถึงและทำกิจกรรมเพื่อสังคม โดยจะเป็นอาสาสมัคร มีความเชื่อในศาสนาที่ตนนับถือ ชอบนั่งสมาธิ ทำบุญ ไปวัด โบสถ์ หรือสถานที่ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เป็นสมาชิกติดตามเว็บไซต์ เป็นแฟนเพจ Facebook หนังสือ นิตยสาร เวลาว่างมักไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ดูแลร่างกายตนเองด้วยการเข้าเสริมสวย ทำสปา หรือนวดผ่อนคลาย

- 6) กลุ่มกิจกรรมดีชีวิตมีสุข ชื่นชอบการไปเที่ยวต่างจังหวัดในวันหยุด เมื่อมีเวลาว่างจะทำงานอดิเรก หรือไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ มีการดูแลร่างกายด้วยการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา
- 7) กลุ่มดูแลตัวเองดีเลิศ จะดูแลสุขภาพของตัวเองเป็นอย่างดี โดยจะรับประทานอาหารเช้า 3 มื้อ พร้อมรับประทานอาหารเช้าเสริมเพื่อสร้างเสริมวิตามินที่ตนไม่ได้รับจากรับประทานอาหารพักผ่อนนอนหลับวันละ 6-8 ชั่วโมง และเป็นสมาชิกชมรมหรือศูนย์ออกกำลังกาย ฟิตเนสเซ็นเตอร์ โรงเรียนสอนโยคะ หรือกลุ่มแอโรบิก
- 8) กลุ่มกระตือรือร้น ชื่นชอบความท้าทาย มีความพยายามไม่ชอบอยู่นิ่ง และกระตือรือร้น ขวนขวายอยู่ตลอดเวลา บางคนกำลังเรียนและทำงานไปด้วย ชอบความตื่นเต้นเร้าใจ ความรวดเร็ว จึงเลือกทำกิจกรรมที่ตื่นเต้นท้าทาย เช่น ปีนหน้าผา ขับรถโกคาร์ท
- 9) กลุ่มเสี่ยงโชครักสุขภาพ นิยมเสี่ยงโชคซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อความสนุกสนาน และชื่นชอบการรับประทานอาหารมังสวิรัต
- 10) กลุ่มอยู่กับตัวเอง ชอบใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ ไม่ชอบความวุ่นวาย ชอบทำกิจกรรมที่ใช้ความสามารถทำได้ด้วยตนเอง มีสมาธิจดจ่ออยู่กับกิจกรรมที่ทำ และบางครั้งจะเล่นอินเทอร์เน็ตเพื่อความเพลิดเพลิน หรือหาข้อมูลในเรื่องต่างๆ
- 11) กลุ่มเข้าครัวติดตามข่าว มักติดตามข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอ มีความรอบรู้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน รับข่าวจากสื่อต่างๆ อย่างรอบด้าน ทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน อาจมีสาเหตุมาจากการรับข่าวสารที่หลากหลาย ทั้งด้านสาธารณสุข ความสะอาดปลอดภัย วิธีการปรุงอาหารต่างๆ ทำให้ไม่มั่นใจในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เลยเลือกที่จะประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้าน เป็นการควบคุมอาหาร ดูแลตนเองและคนในครอบครัวได้เป็นอย่างดี

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความสนใจจากจำนวน 20 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก การสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่มความสนใจออกเป็น 6 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มดูแลตนเองและสังคม สนใจที่จะดูแลตนเองทั้งภายในและภายนอก โดยจะติดตามรายการธรรมะ การปฏิบัติธรรม ดูแลตนเองภายนอกด้วยการศึกษาวิธีในการดูแลร่างกาย เพื่อให้มีรูปร่างและสัดส่วนดี และยังจัดการทุกอย่างให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ ใส่ใจสังคม โดยเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนเพื่อสังคม
- 2) กลุ่มคนรุ่นใหม่ใฝ่หาความรู้ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา พัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอาชีพ มีความมุ่งมั่น สนใจหาข้อมูล อ่านข่าวสารจากบทความ

นิตยสาร หนังสือ เว็บไซต์ หากความรู้ใช้เวลาโดยการเรียนเสริมทักษะ หรือหา กิจกรรมทำเพิ่มเติม เช่น ฝึกอบรมเพิ่มเติม เรียนทำอาหาร เรียนโยคะ เข้าคอร์สออกกำลัง ภาย ชอบความเป็นระเบียบเรียบร้อย สนใจที่จะตกแต่งบ้านและที่ทำงานให้สวยงามอยู่ เสมอ

- 3) กลุ่มรักสุขภาพ สนใจที่จะดูแลสุขภาพของตนเองเป็นอย่างดี โดยจะบริโภคอาหารที่มี ประโยชน์ต่อสุขภาพ และใส่ใจดูแลสุขภาพตนเองไม่ให้เจ็บป่วยอย่างสม่ำเสมอ
- 4) กลุ่มแพทย์ทางเลือก นอกจากแพทย์แผนปัจจุบันแล้วกลุ่มนี้ยังสนใจการรักษาโรคด้วย แพทย์ทางเลือก เช่น การแพทย์แผนโบราณ การใช้สมุนไพร การฝังเข็ม และสนใจ นวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ๆ
- 5) กลุ่มตามทันกระแสสังคม สนใจแฟชั่น สิ่งที่อยู่ในกระแสนิยม เรื่องราวในวงการบันเทิง และติดตามข่าวสารบ้านเมืองอย่างต่อเนื่อง มีความรอบรู้ทั้งด้านข่าวบ้านเมืองทั้งในและ นอกประเทศ และด้านบันเทิง เป็นคนที่ตามทันโลก รู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่างๆ ติดตามเทรนด์ใหม่ในสังคมอยู่เสมอ
- 6) กลุ่มมีรสนิยม สนใจจะบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ เป็นการดูแลสุขภาพ จากภายในเพิ่มเติมจากอาหารที่รับประทานแล้ว สนใจอัปเดตข่าวสารสินค้าใหม่ๆ เสมอ และต้องการทดลองใช้ตราสินค้าใหม่ๆ นิยมซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand name) และ สนใจทำกิจกรรมดินแดนท้าทาย

และได้วิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มความคิดเห็นจากจำนวน 20 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ องค์ประกอบหลัก การสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จนสามารถแบ่งกลุ่ม ความคิดเห็นออกเป็น 6 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มมองโลกแง่บวก คำนึงถึงความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และการดำเนินชีวิต มีความเห็นว่า ธรรมชาติเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องรักษา เมื่อสิ่งแวดล้อมดีมีผลทำให้สุขภาพ ของเราดี การมีสุขภาพดีทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีด้วย โดยความเครียดจะส่งผลกระทบต่อ การเจ็บป่วย ด้านการดำเนินชีวิตมีความเห็นว่า ประสบการณ์การทำงานมีค่ามากกว่าปริญญา เราสามารถกำหนดชะตาชีวิตของเราเองได้ และควรยึดทางสายกลางในการดำเนินชีวิต เพื่อความสุขทั้งทางกายและทางใจ
- 2) กลุ่มมีส่วนร่วมในสังคม มีความเห็นทางสังคมว่า การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ เรามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพเห็นว่า กีฬาเป็นยาวิเศษ และการ ธรรมชาติของ สสส. มีส่วนทำให้คนในสังคมได้รับรู้ ตระหนัก และปฏิบัติตาม ในการ

เลือกซื้อสินค้าเห็นว่า ข้อมูลจากรายการ โทรทัศน์ หนังสือ บทความนิตยสาร หรือ เว็บไซต์ มีบทบาทในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

- 3) กลุ่มรสนิยมสูง มีทัศนคติชื่นชมความคิดและการท่องเที่ยวในต่างประเทศ เห็นว่าการไปศึกษาต่อต่างประเทศดีกว่าศึกษาในประเทศ ส่วนการบริโภคสินค้า ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ และไม่ได้ตัดสินใจซื้อสินค้าโดยดูจากคุณภาพของสินค้าเสมอไป เห็นว่าสินค้านี้ราคาแพงมีคุณภาพดีกว่าราคาถูก และสินค้าเพื่อสุขภาพมีราคาสูงกว่าทั่วไป
- 4) กลุ่มพอเพียง มีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ กินอยู่อย่างเรียบง่าย ไม่ทะเยอทะยาน อยากได้ ให้มีความสำคัญกับครอบครัวของตนเอง เพราะเห็นว่า ครอบครัวอบอุ่นสำคัญกว่างาน ส่วนเรื่องการเลือกสินค้า เห็นว่าตราสินค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญในการซื้อของ คุณภาพและประโยชน์ใช้สอยอาจเป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ
- 5) กลุ่มทำในสิ่งที่รัก เห็นว่าการทำงานที่รักดีกว่าทำงานเพื่อเงิน เลือกทำงานที่ตนเองชอบ ทำแล้วมีความสุข มีความใส่ใจในงานที่ตนเองทำ มีความรับผิดชอบ และมีความสุขที่ไปทำงานทุกๆ วัน
- 6) กลุ่มเชื่อโฆษณา เห็นว่าการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ โฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า มีการให้ข้อมูลที่หลากหลายกับผู้บริโภค มีตราสินค้าให้เลือกมากมาย ทั้งเก่าและใหม่ การประชาสัมพันธ์หรือโฆษณานอกบ้าน โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือออนไลน์ เป็นอีกทางเลือกให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกที่ไม่สนใจออกไป และเลือกซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการได้อย่างเหมาะสมและคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป

เมื่อนำกลุ่มจากปัจจัยด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มาวิเคราะห์จัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component) เพื่อสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax จึงจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตออกมาเป็น 8 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มใส่ใจสุขภาพ ดูแลตนเองทั้งภายในและภายนอก ปฏิบัติธรรม เข้าวัดหรือโบสถ์เป็นประจำ ดูแลร่างกายเพื่อให้มีรูปร่างและสัดส่วนดี จัดการทุกอย่างให้เป็นระเบียบ เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา พัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอาชีพ สนใจหาข้อมูล อ่านข่าวสาร ชอบตกแต่งบ้านและที่ทำงานให้สวยงาม สนใจการรักษาโรคด้วยแพทย์ทางเลือก ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ สนใจสิ่งที่อยู่ในกระแสนิยม รู้ทันสถานการณ์ความเคลื่อนไหวทั้งในและนอกประเทศโดยติดตามข่าวสารบ้านเมืองอยู่เสมอ

- 2) กลุ่มขัดแย้งในตัวเอง ขึ้นชอบรับประทานอาหารจานด่วน ขนมหวาน ขนมขบเคี้ยว และอาหารมั่งสวิร์ดี มักออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน และนิยมเลี้ยงโชคซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
- 3) กลุ่มสันตนาการ เลือกรับซื้อสินค้าเสริมสุขภาพจากร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ ขึ้นชอบการไปเที่ยวต่างประเทศ นิยมซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ ในเวลาว่างจะทำงานประดิษฐ์ประดอย เย็บปักถักร้อย ทำสวน ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์เป็นเพื่อน ดูคอนเสิร์ตหรือละครเวที เป็นอาสาสมัคร ชอบนั่งสมาธิ ทำบุญ ไปวัด เยี่ยมชนพิพิธภัณฑน์ ไปชมภาพยนตร์ ไปเที่ยวต่างจังหวัดในวันหยุด เสริมสวย เข้าสปา นวดผ่อนคลาย เล่นกีฬา รับประทานอาหารเช้า 3 มื้อ และอาหารเสริมเพิ่มเติม พักผ่อนนอนหลับวันละ 6-8 ชั่วโมง และเป็นสมาชิกชมรมหรือศูนย์ออกกำลังกาย เป็นสมาชิกและติดตามเว็บไซต์ หนังสือ นิตยสาร หรือแฟนเพจ Facebook ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา
- 4) กลุ่มโลกสวยด้วยมือเรา คำนึงถึงความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และการดำเนินชีวิต โดยมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ ครอบครัวยุติธรรมกว่างาน ประสบการณ์การทำงานมีค่ามากกว่าปริญญา เรากำหนดชะตาชีวิตของเราเองได้โดยยึดทางสายกลาง ใส่ใจดูแลสุขภาพ บริโภคอาหารที่มีประโยชน์ ในการเลือกรับซื้อสินค้าข้อมูลจากรายการโทรทัศน์ หนังสือ บทความในนิตยสาร หรือเว็บไซต์ มีบทบาทในการเลือกรับซื้อสินค้าและบริการ และตราสินค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญ
- 5) กลุ่มบริโภคนิยม มีความเห็นว่าการไปศึกษาต่อต่างประเทศดีกว่าศึกษาในประเทศ สินค้าราคาแพงมีคุณภาพดีกว่าราคาถูก และสินค้าเพื่อสุขภาพมักมีราคาสูงกว่าทั่วไป การทำงานที่รักดีกว่าทำงานเพื่อเงิน
- 6) กลุ่มทำลายสุขภาพ ไม่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ ดื่มแอลกอฮอล์ เที่ยวกลางคืน และสูบบุหรี่ แต่สนใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม สนใจทดลองใช้ตราสินค้าใหม่ๆ นิยมซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand name) และสนใจทำกิจกรรมตื่นเต้นท้าทาย
- 7) กลุ่มสันโดษ ชอบใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ ชอบความท้าทาย เวลาว่างชอบเล่นอินเทอร์เน็ต กำลังเรียนและทำงานไปด้วย
- 8) กลุ่มตามกระแสสังคม จะใช้โฆษณาช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า ติดตามข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบันจากสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และชอบทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น ทุกงานวิจัยที่กล่าวถึงจะใช้เครื่องมือวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs เหมือนกันทั้งหมด ส่วนกลุ่มที่ได้จากการวิเคราะห์จะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์และหัวข้องานวิจัย

2.5.2 เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กฤษฎณะ กสิบุตร (2554) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สร้างเสร็จปี พ.ศ. 2549-2551 ราคาขายไม่เกิน 5 ล้านบาท จาก 50 เขตการปกครอง จำนวน 400 คน ระหว่างปี พ.ศ.2554-2555 พบว่าการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการรับรู้มีมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการค้นหาข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านเพศ, อายุ, สถานภาพ, อาชีพ, จำนวนสมาชิกในครอบครัว, การศึกษา, รายได้ต่อครัวเรือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันทำให้ระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับขั้นตอนการรับรู้ปัญหาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ส่วนงานวิจัยของเพริวพันธ์ ธิรคุณไชย (2555) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภครายแรกที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 364 คน พบว่าผลเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อคอนโดมิเนียมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับมาก เรียงได้ดังนี้ ด้านความต้องการ (ซื้อเพื่อเก็งกำไร), ด้านแรงจูงใจ (ใช้วัสดุที่มีคุณภาพในการก่อสร้าง), ด้านบุคลิกภาพ (คอนโดมิเนียมสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามใจชอบ), ด้านทัศนคติ (โครงการมีความปลอดภัย) และด้านการรับรู้ (ศึกษาคูณประโยชน์ต่างๆ ทุกครั้งในการตัดสินใจซื้อ) ส่วนผลเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อคอนโดมิเนียมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ระดับมาก เรียงจาก ด้านผลิตภัณฑ์ (คุณภาพและการรับประกันการก่อสร้างมีผลต่อการตัดสินใจ), ด้านราคา (ราคาขายเปรียบเทียบกับขนาดของห้อง), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สำนักงานขายตั้งอยู่ในบริเวณโครงการทำให้สามารถชมสถานที่ตั้งโครงการจริงได้), ด้านส่งเสริมการตลาด (การจัดการจัดรายการส่งเสริมการขายสินค้าควบ), ด้านพนักงาน (พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ), ด้านกระบวนการให้บริการ (บริการหลังการขายซื้อแล้ว) และด้านลักษณะทางกายภาพ (ระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน การจัดพื้นที่สาธารณะภายในโครงการมีผลต่อการตัดสินใจ และการจัดพื้นที่สำหรับจอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลต่อการตัดสินใจ) ส่วนงานวิจัยของวัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์ (2556) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความสัมพันธ์ของปัจจัยการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา คอนโดมิเนียมลุมพินี คอนโดทาวน์ โครงการบดินทรเดชา-

รามคำแหง” ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลผู้ที่ซื้อคอน โดมิเนียมลุ่มพินี คอนโด ทาวน์ โครงการบดินทรเดชา-รามคำแหง จำนวน 400 คน พบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่ ค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต คอนโดมีเนียมมีรูปแบบ 2 ห้องนอน พื้นที่ใช้สอย 36-45 ตารางเมตร ราคา 1,500,000-2,000,000 บาท ที่ระยะเวลาพิจารณา 1-3 เดือน เป็นผู้ริเริ่มความคิดเองเพียงคนเดียว มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อ ความสะดวกสบาย ทำเลที่ตั้ง และการตัดสินใจคือ ไปชมห้องตัวอย่างและกลับมาปรึกษาครอบครัว ซึ่งในงานวิจัยของ วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์ มีการใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและนำข้อมูลที่ เก็บได้มาทำการวิเคราะห์ และงานวิจัยที่เกิดขึ้นกับการตัดสินใจเรื่องคอนโดมิเนียมในภาคใหญ่มี งานวิจัยของชุตินา หวังเบญจหมัด, เจตสฤษฏ์ สังขพันธ์ และเลิศพงศ์ ปานรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง” ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ได้เก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อคอนโดมิเนียมแล้ว 200 คนและกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ซื้อคอนโดมิเนียม อีก 200 คน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมใน เกณฑ์มาก ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัยดังนี้ 1)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2)ปัจจัยด้านราคา 3)ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย 4)ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด 5)ปัจจัยด้านบุคลากร 6)ปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม 7)ปัจจัยด้านกระบวนการ และมีการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัย ส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1) ปัจจัยด้านรายได้ 2)ปัจจัยด้านกระบวนการ 3)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4)ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย 5)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ได้แก่ อาชีพ ภูมิลำเนา ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อได้มีการศึกษาวิจัยไปในทางเดียวกัน คือ มีใช้ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ของ (Kotler & Keller, 2009) ทั้ง 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และ พฤติกรรมหลังการซื้อ มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์

2.5.3 เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

จันทร์เพ็ญ ศรีสุข (2550) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการของ อาคาร ชุมมณฑนาคอนโดมิเนียม 2” ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้พักอาศัยของ อาคารชุมมณฑนาคอนโด มีเนียม 2 จำนวน 240 คน พบว่าความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการ ให้บริการของอาคารชุมมณฑนาคอนโดมิเนียม 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านอาคารสถานที่ให้บริการ (อาคารสถานที่บริการมีระบบความปลอดภัย), ด้านความสะดวก

เพียงพอต่อการให้บริการ (ให้การบริการที่สะดวก), ด้านพนักงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก (ลิฟต์อำนวยความสะดวก) และมีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านอัตราค่าสาธารณูปโภค (อัตราค่าสาธารณูปโภค) และการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของอาคารชุดมณฑนาคอนโดมิเนียม ดังนี้

- ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอาคารชุดมณฑนาคอนโดมิเนียม 2 ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
- ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอาคารชุดมณฑนาคอนโดมิเนียม 2 ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
- ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอาคารชุดมณฑนาคอนโดมิเนียม 2 ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
- ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอาคารชุดมณฑนาคอนโดมิเนียม 2 ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
- ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอาคารชุดมณฑนาคอนโดมิเนียม 2 ในภาพรวมแตกต่างกัน

ส่วนงานวิจัยของจิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำลังตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ใน 21 เขตของกรุงเทพมหานคร ที่มีราคาขายไม่เกิน 5 ล้านบาทและสร้างแล้วเสร็จในระหว่างปี พ.ศ. 2549-2551 จำนวน 236 คน พบว่าความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทั้ง 4 ด้านเกิดความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เพียง 1 ด้าน คือ

- ด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ ไม่พอใจเรื่องภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรอบ เนื่องจากเป็นส่วนที่นอกเหนือโครงการไม่สามารถทำอะไรเพิ่มเติมได้ แต่จะพอใจเรื่องความปลอดภัยและความสะดวกในการเดินทางเพราะทำเลที่ตั้งของโครงการ

และไม่มีความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม 3 ด้าน คือ

- ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่พอใจที่คอนโดมิเนียมไม่สามารถมีความพร้อมให้ผู้ซื้อเข้าอยู่ได้ทันที และถ้าเข้าอยู่ได้ก็จะไม่พอใจกับความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ แต่ยังมีส่วนที่พอใจทางด้านผลิตภัณฑ์คือ ด้านทำเลที่ส่วนใหญ่จะได้เลือกเองก่อนจะทำการซื้อ และด้านความปลอดภัยที่มั่นใจในมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของคอนโดมิเนียม
- ด้านราคา ไม่พอใจเพราะรู้สึกว่าการเก็บค่าส่วนกลาง การเก็บค่าสาธารณูปโภคเมื่อเปรียบเทียบแล้วไม่มีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป แต่ที่พอใจในด้านราคาแม้จะไม่มากนักคือ ขนาดของห้องชุดแล้ววัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่พอใจ 13 ใน 18 ด้านคิดเป็นร้อยละ 72 ที่เด่นจะมีเรื่อง สัญญาณอินเทอร์เน็ต ร้านค้าบริการ พื้นที่จอดรถ สถานที่ออกกำลังกายและพักผ่อน เป็นต้น ส่วนที่พอใจเป็นเรื่องพื้นฐานที่ทุกคนโดยนิยามต้องมี เช่น ตู้กดน้ำ ที่ซักผ้าหยอดเหรียญ ที่ทิ้งขยะส่วนกลาง ห้องน้ำส่วนกลางและขนาดรวมถึงความพอเพียงของลิฟต์

ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม สามารถแบ่งกลุ่มผู้ไม่พึงพอใจออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ

- กลุ่มที่หนึ่ง ไม่พึงพอใจเนื่องจากลักษณะรูปแบบของคอนโดมิเนียมเอง
- กลุ่มที่สอง ไม่พึงพอใจเนื่องมาจากความต้องการเฉพาะบุคคล

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

- กลุ่มที่ค้นหาข้อมูลไม่เกิน 3 โครงการก่อนการซื้อ กลุ่มนี้จะมีทั้งพึงพอใจและไม่พึงพอใจ โดยส่วนใหญ่จะพิจารณาจะสถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานหรือที่เรียน ซึ่งเมื่อการเดินทางง่ายและสั้นลง ทำให้ค่าใช้จ่ายน้อยลงด้วย
- กลุ่มที่ค้นหาข้อมูลมากกว่า 3 โครงการ กลุ่มนี้จะไม่มีความพึงพอใจเลย เกิดจากการบริโภคข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากเกินไปและมีข้อมูลที่เกินจริงอยู่ด้วย

ส่วนงานวิจัยของรัตนมณี แก้วลอดห้ำ (2553) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการหลังการขายคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา บริษัท พุกผา เรียดเอสเตท จำกัด (มหาชน)” ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่เข้าพักอาศัยในโครงการของ บริษัท พุกผา เรียดเอสเตท จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าผลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงจาก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ที่ตั้ง), ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ความทันสมัยของการออกแบบ), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่มีความหลากหลาย) และปัจจัยด้านราคา (ราคาที่ขายต่ำกว่าคู่แข่ง) เป็นลำดับสุดท้าย ส่วนผลทางด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วย เรียงจาก บริการเรื่องการดูแลระบบสาธารณูปโภค (มีระบบการผ่านเข้า – ออก โครงการและระบบรักษาความปลอดภัยสูงสุด และระบบไฟฟ้า-ประปา ภายในโครงการต่ำที่สุด), บริการของพนักงาน (มีบุคลิกภาพของพนักงานมีความเหมาะสมสูงสุด และการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ต่ำที่สุด), บริการเรื่องสภาพแวดล้อม (มีการรักษาความสะอาดภายในโครงการสูงสุด และการดูแลต้นไม้และกำจัดวัชพืชต่ำที่สุด), บริการงานซ่อมแซม (มีการดูแลระบบสาธารณูปโภคสูงสุด และบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำที่สุด), บริการด้านนิติบุคคลอาคารชุด (มีการจัดตั้งนิติบุคคลอาคารชุดครั้งแรกสูงสุด และการรับความคิดเห็นจากลูกบ้านเพื่อนำไปปรับปรุงต่ำที่สุด) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก (มีการรักษาความสะดวกของสโมสรสูงสุด และอัตราการจัดเก็บค่าบริการ สาธารณูปโภคต่ำที่สุด) ตามลำดับ โดยในงานวิจัยนี้ยังได้มีการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมดังนี้

- ผู้บริโภคในช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน ด้านการดูแลระบบสาธารณูปโภค ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านนิติบุคคลอาคารชุด
- ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน ด้านการดูแลระบบสาธารณูปโภค ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านนิติบุคคลอาคารชุด
- ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านนิติบุคคลอาคารชุด
- ผู้บริโภคที่มีลักษณะการครอบครองห้องชุดแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน ด้านการดูแลระบบสาธารณูปโภค ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านนิติบุคคลอาคารชุด
- ผู้บริโภคที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ส่วนใหญ่จะใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาวัดความพึงพอใจ โดยวัดสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้เทียบกับสิ่งที่ได้รับ ซึ่งความพึงพอใจจากการคาดหวังแต่ละเรื่องจะแตกต่างกันไป จะต้องมีการกำหนดหัวข้อในการวัดจึงจะได้ผลของการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับออกมาเป็นความพึงพอใจ ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้ความคาดหวัง 4 ด้านในการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ

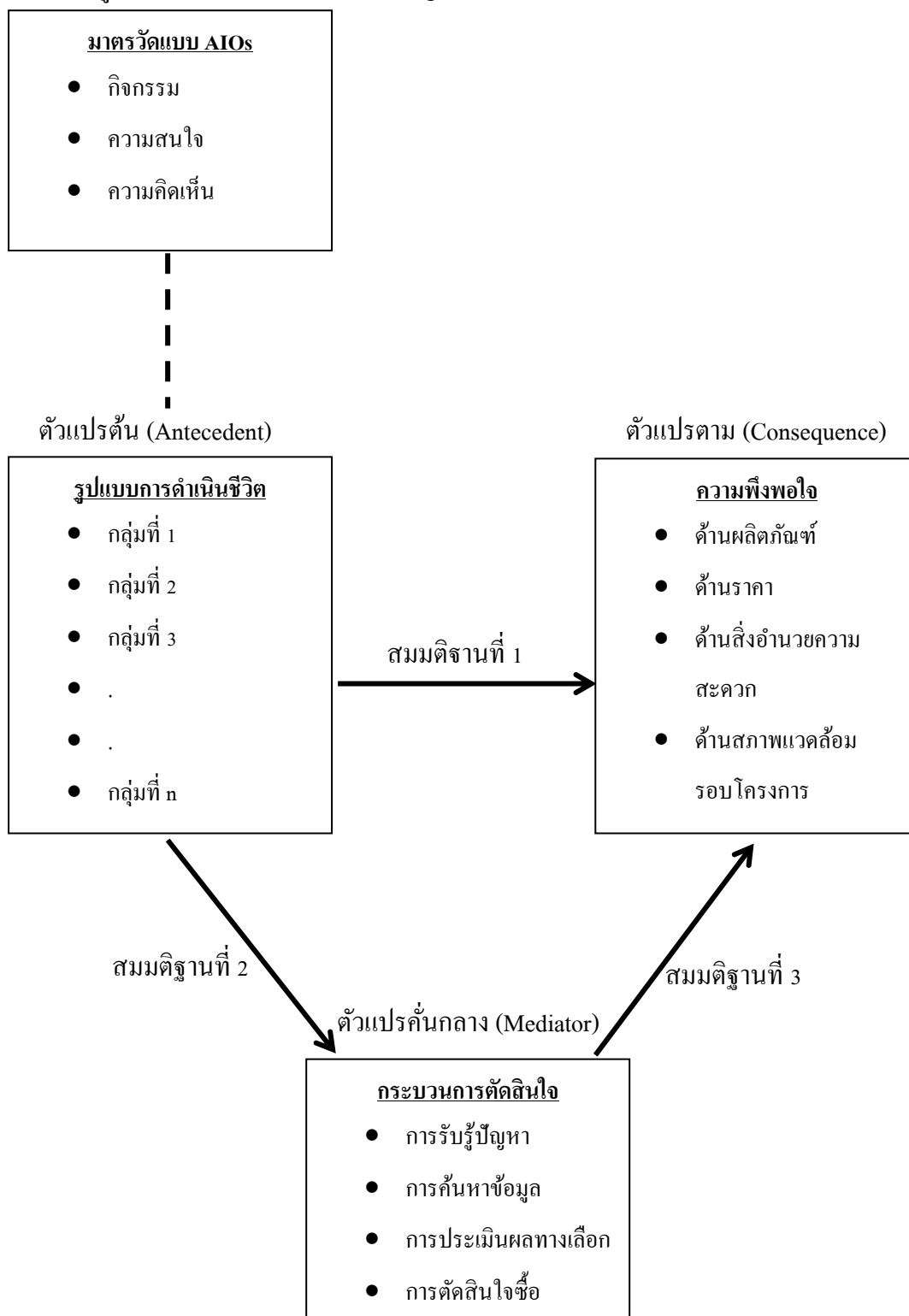
2.6 กรอบแนวคิด

สำหรับกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แนวทางมาจากอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Lifestyle Influences on Consumer Decisions) ของ (Michman, 1991 อ้างถึงใน สิทธิพันธ์ ทัศนไชย, 2554) แล้วเลือกเฉพาะ 3 ลำดับขั้นตอนในช่วงต้นมาศึกษาวิจัย โดยกรอบแนวคิดจะมี 4 กลุ่ม ดังนี้

1. เครื่องมือวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Measuring Tools) ใช้มาตรวัด AIOs ตามแนวทางการตั้งคำถามของ (Plummer, 1974) เป็นเครื่องมือวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด
2. ตัวแปรต้น (Antecedent) คือ กลุ่มของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด ที่ได้จากการแบ่งและจัดกลุ่มจากรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้วยวิธีการ Factor Analysis
3. ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator) คือ กระบวนการตัดสินใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด โดยใช้ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของ (Kotler & Keller, 2009)
4. ตัวแปรตาม (Consequence) คือ ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด ใน 4 ด้าน ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ (จิราพร กำจัดทุกข์, 2552)

กรอบแนวคิด

เครื่องมือวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Measuring Tools)



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด กรณีศึกษาเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปวิธีการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.2 แบบแผนการวิจัย

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 วิธีการทางสถิติต่างๆ ที่ใช้

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ ที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาและตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย จำนวน 19 โครงการ ดังนี้

1.หาดใหญ่คันทรี่โฮม คอนโดมิเนียม	จำนวน 265 คน
2.ศรีภูวนารถคอนโดมิเนียม โครงการ1	จำนวน 232 คน
3.เอส ที คอนโดมิเนียม	จำนวน 126 คน
4.ศุภสารคอนโดมิเนียม	จำนวน 316 คน
5.นภาลัยคอนโดมิเนียม	จำนวน 537 คน
6.อาเชียนคอนโดมิเนียม 2	จำนวน 166 คน
7.ณัชชา	จำนวน 78 คน
8.ภูริทรัพย์	จำนวน 62 คน
9.อาเชียน คอนโดมิเนียม	จำนวน 133 คน
10.ซีดีโฮมหาดใหญ่	จำนวน 421 คน

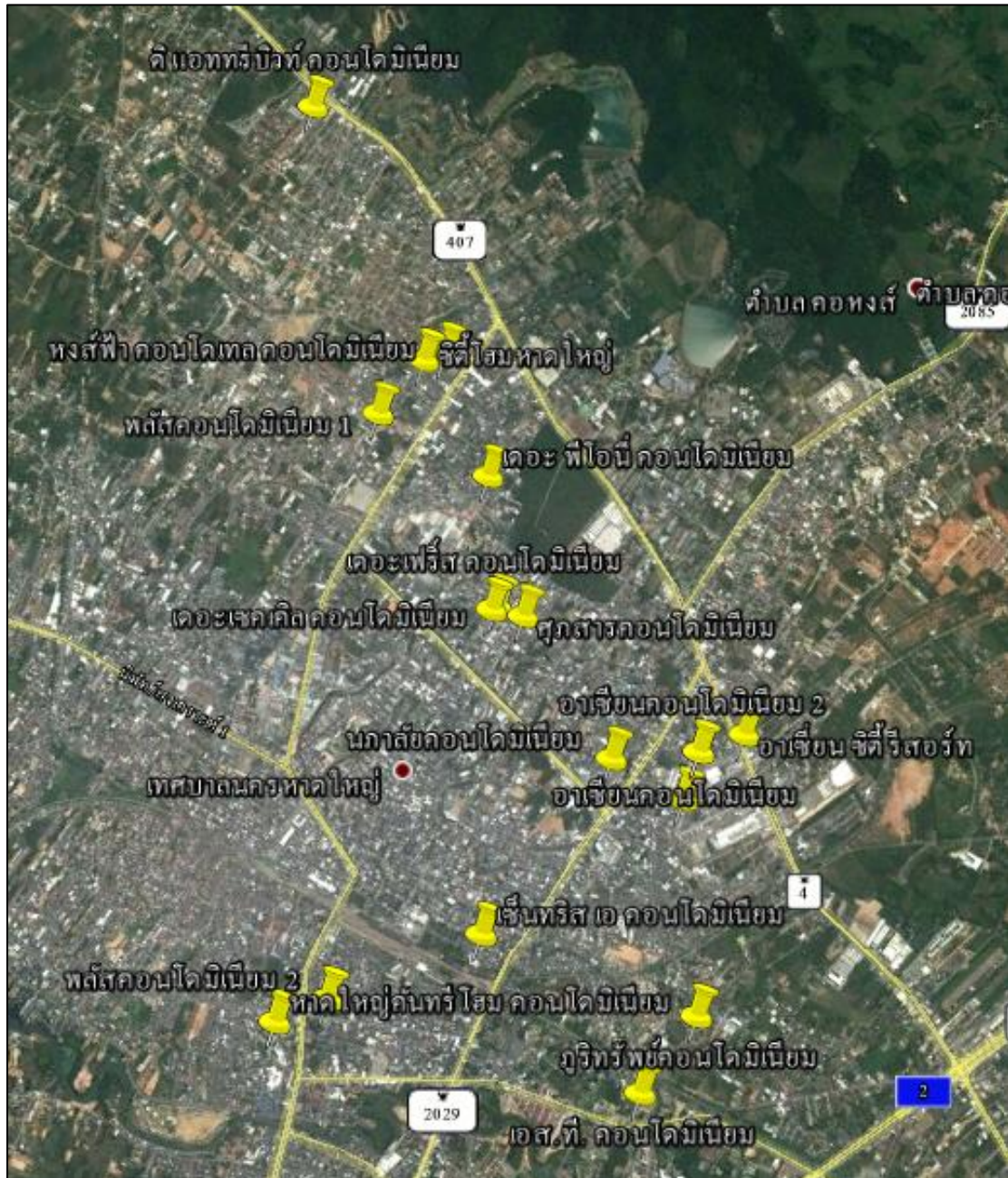
11.ดิ แอททรีบิวท์ คอนโดมิเนียม	จำนวน 79 คน
12.เดอะเฟรนด์ คอนโดมิเนียม	จำนวน 78 คน
13.หงส์ฟ้า คอนโดเทล คอนโดมิเนียม	จำนวน 69 คน
14.พลัส คอนโดมิเนียม หาดใหญ่ 1	จำนวน 294 คน
15.เซ็นทริส เอ คอนโดมิเนียม	จำนวน 77 คน
16.เดอะเซกเคิล คอนโดมิเนียม	จำนวน 69 คน
17.อาเชียน ซิตี้ รีสอร์ท	จำนวน 867 คน
18.เดอะ ฟิโอนี่ คอนโดมิเนียม	จำนวน 64 คน
19.พลัส คอนโดมิเนียม หาดใหญ่ 2	จำนวน 582 คน
รวมทั้งหมด	<u>4,515</u> คน

หลังจากผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลของแบบสอบถามพบว่า มีประชากรรายการที่ 2 และรายการที่ 7 ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (เนื่องจากเจ้าของห้องพักไม่ได้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเอง) จึงปรับเปลี่ยนเป็นมีคอนโดมิเนียมที่อยู่ในพื้นที่เขตเทศบาลนครหาดใหญ่และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คงเหลือ 17 โครงการ ดังนี้

1.หาดใหญ่คันทรี่โฮม คอนโดมิเนียม	จำนวน 265 คน
2.เอส ที คอนโดมิเนียม	จำนวน 126 คน
3.ศุภสารคอนโดมิเนียม	จำนวน 316 คน
4.นภลัยคอนโดมิเนียม	จำนวน 537 คน
5.อาเชียนคอนโดมิเนียม 2	จำนวน 166 คน
6.กสิกรรมคอนโดมิเนียม	จำนวน 62 คน
7.อาเชียน คอนโดมิเนียม	จำนวน 133 คน
8.ซิตีโฮมหาดใหญ่	จำนวน 421 คน
9.ดิ แอททรีบิวท์ คอนโดมิเนียม	จำนวน 79 คน
10.เดอะเฟรนด์ คอนโดมิเนียม	จำนวน 78 คน
11.หงส์ฟ้า คอนโดเทล คอนโดมิเนียม	จำนวน 69 คน
12.พลัส คอนโดมิเนียม หาดใหญ่ 1	จำนวน 294 คน
13.เซ็นทริส เอ คอนโดมิเนียม	จำนวน 77 คน
14.เดอะเซกเคิล คอนโดมิเนียม	จำนวน 69 คน
15.อาเชียน ซิตี้ รีสอร์ท	จำนวน 867 คน
16.เดอะ ฟิโอนี่ คอนโดมิเนียม	จำนวน 64 คน

17.พลัส คอนโดมิเนียม หาดใหญ่ 2
รวมทั้งหมด

จำนวน 582 คน
4,105 คน



ภาพที่ 3.1 แสดงผังตำแหน่งที่ตั้งของคอนโดมิเนียมที่ใช้ในการวิจัย ผ่านการประยุกต์ใช้โปรแกรม Google Earth

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ ที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ เครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) เนื่องจากทราบขนาดของประชากรที่ชัดเจน (มารยาท โยทองยศ และปราณี สวัสดิสรณ์, 2551) และกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ดังนี้

$$n = \frac{\chi^2 N p (1-p)}{e^2 (N-1) + \chi^2 p (1-p)}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

χ^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($\chi^2=3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p=0.5$)

เมื่อแทนค่าในสูตรแล้วจะได้ผลดังนี้

$$= \frac{3.841 \times 4,105 \times 0.5 \times (1-0.5)}{(0.05)^2 \times (4,105-1) + 3.841 \times 0.5 \times (1-0.5)}$$

$$= 351.313$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 352 ตัวอย่าง

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโดยการกำหนดสัดส่วน (Quota sampling) (เอมอร จังศิริพรปกรณ์, ม.ป.ป.) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสัดส่วนของประชากรจากขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 352 คน โดยการกำหนดสัดส่วนตามจำนวนของผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดของคอนโดมิเนียมที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดินพ.ศ. 2558 ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวิธีการคำนวณมีการกำหนดสัดส่วน ดังนี้

$$\text{จำนวนชุดที่เลือกสุ่มตัวอย่าง} = \frac{\text{จำนวนห้องของคอนโดมิเนียม} \times \text{กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนประชากรของงานวิจัย}}$$

$$\begin{aligned} \text{หาคู่ใหญ่คันทรีโฮม คอนโดมิเนียม} &= \frac{265 \times 352}{4,105} \\ &= 22.72 \\ &= 23 \text{ คน} \end{aligned}$$

จำนวนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างใหม่ที่ได้จากการคำนวณ ดังนี้

1.หาคู่ใหญ่คันทรีโฮม คอนโดมิเนียม	จำนวน 23 คน
2.เอส ที คอนโดมิเนียม	จำนวน 11 คน
3.ศุภสารคอนโดมิเนียม	จำนวน 27 คน
4.นภลัยคอนโดมิเนียม	จำนวน 46 คน
5.อาเซี่ยนคอนโดมิเนียม 2	จำนวน 14 คน
6.ภูริทรัพย์	จำนวน 5 คน
7.อาเซี่ยน คอนโดมิเนียม	จำนวน 11 คน
8.ซีดีโฮมหาคู่ใหญ่	จำนวน 36 คน
9.ดี แอททรีบิวท์ คอนโดมิเนียม	จำนวน 7 คน
10.เดอะเฟรนด์ คอนโดมิเนียม	จำนวน 7 คน
11.หงส์ฟ้า คอนโดเทล คอนโดมิเนียม	จำนวน 6 คน
12.พลัส คอนโดมิเนียม หาคู่ใหญ่ 1	จำนวน 17 คน
13.เซ็นทริส เอ คอนโดมิเนียม	จำนวน 7 คน
14.เดอะเซคเคิล คอนโดมิเนียม	จำนวน 6 คน
15.อาเซี่ยน ซีดี รีสอร์ท	จำนวน 74 คน
16.เดอะ ฟิโอนี่ คอนโดมิเนียม	จำนวน 5 คน
17.พลัส คอนโดมิเนียม หาคู่ใหญ่ 2	จำนวน 50 คน
รวมทั้งหมด	<u>352</u> คน

จากนั้นจึงเลือกการสุ่มแบบเจาะจงหรือสุ่มแบบมีจุดหมาย (Purposive sampling) คือ เลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเท่านั้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) แบบปลายปิด (Close – Ended Questions) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ส่วนตัวต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน และราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ คำถามมี 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต คำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น คำถามมี 56 ข้อ

2.1 ด้านกิจกรรม มี 10 หมวด 20 ข้อ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ด้านกิจกรรม

ข้อ	แหล่งที่มา		การทำกิจกรรมต่างๆ
หมวดการทำงาน			
1	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันทำงานล่วงเวลาช่วงเย็นและวันหยุด
2	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันเข้าร่วมงานสัมมนาหรืออบรมในหลักสูตรที่เป็นประโยชน์กับงาน
หมวดงานอดิเรก			
3	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันเล่นดนตรีเป็นงานอดิเรก
4	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันชอบทำงานศิลปะ หรืองานฝีมือเป็นงานอดิเรก
หมวดกิจกรรมทางสังคม			
5	นที จารีย์พานิช	2553	ฉันเคยเข้าร่วมสมาคม ชุมชน หน่วยงานบริการสังคม
6	สิทธิพันธ์ ทนันไชย	2554	ฉันร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์
หมวดการพักผ่อน			
7	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวกลางคืน
8	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์

ข้อ	แหล่งที่มา		การทำกิจกรรมต่างๆ (ต่อ)
หมวดความบันเทิง			
9	เกียรติศักดิ์ วรรณศรี	2550	ฉันชอบชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์
10	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันชอบร้องคาราโอเกะ
หมวดสมาชิกสโมสร			
11	ฐิติพร ปิยะพงษ์กุล	2556	ฉันเป็นสมาชิกชมรมหรือศูนย์ออกกำลังกาย
12	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันเป็นสมาชิกชมรมที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ
หมวดชุมชน			
13	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยองค์กรการกุศล
14	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันร่วมกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
หมวดการซื้อขาย			
15	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันเลือกซื้อสินค้าที่ถูกต้องถึงแม้ราคาจะสูงก็ตาม
16	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต
หมวดกีฬา			
17	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ
18	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ
หมวดเวลาว่าง			
19	ฐิติพร ปิยะพงษ์กุล	2556	ฉันใช้เวลาว่างไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ต
20	ฐิติพร ปิยะพงษ์กุล	2556	ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ

2.2 ด้านความสนใจ มี 9 หมวด 18 ข้อ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงข้อความคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ด้านความสนใจ

ข้อ	แหล่งที่มา		ความสนใจในเรื่องต่างๆ
หมวดครอบครัว			
21	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอย่างแรก
22	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	เมื่อมีปัญหาฉันมักปรึกษาคนในครอบครัว
หมวดบ้าน			
23	ชญัญญา เกษะนันท์	2556	ฉันมีความสุขมากเมื่อได้อยู่บ้าน
24	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันสนใจที่จะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่
หมวดอาชีพ			
25	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันสนใจเฉพาะเรื่องที่ทำให้ก้าวหน้าในอาชีพการงานเท่านั้น
26	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันเลือกทำงานที่รักมากกว่าดูจากรายได้
หมวดชุมชน			
27	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า
28	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันสนใจการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม
หมวดการหาความบันเทิง			
29	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันชอบพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์
30	ชญัญญา เกษะนันท์	2556	ฉันชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงเสมอ
หมวดแฟชั่น			
31	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันแต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น
32	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา
หมวดอาหาร			
33	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ
34	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันรับประทานอาหารจานด่วน (Fast Food) ประจำ
หมวดสื่อ			
35	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันติดตามข่าวสาร เหตุการณ์จากสื่อต่างๆ เสมอ
36	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันชอบดูโฆษณาทางโทรทัศน์มากพอกับดูรายการต่างๆ
หมวดการประสบความสำเร็จ			
37	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ความสำเร็จของฉันคือ การได้เป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง
38	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ความสำเร็จของฉันคือ การมีเกียรติ ชื่อเสียง

2.3 ด้านความคิดเห็น มี 9 หมวด 18 ข้อ ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงข้อความคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ด้านความคิดเห็น

ข้อ	แหล่งที่มา		ความคิดเห็นเรื่องต่างๆ
หมวดตัวเอง			
39	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่สนใจคนอื่น
40	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันอยากจะทิ้งชีวิตในปัจจุบันเพื่อไปทำบางอย่างที่ต่างออกไป
หมวดประเด็นทางสังคม			
41	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
42	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	คนไทยทุกวันนี้เห็นแก่ตัวกันมากขึ้น
หมวดการเมือง			
43	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ
44	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ฉันไม่ชอบความขัดแย้งทางการเมือง
หมวดธุรกิจ			
45	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	ขอเพียงคุณมีความคิดคุณก็ทำธุรกิจได้
46	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	การกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ
หมวดเศรษฐกิจ			
47	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ควรพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับสังคม
48	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ประชาชนควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ
หมวดการศึกษา			
49	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	การศึกษาที่สูงขึ้นทำให้คนมีโอกาสในชีวิตมากขึ้น
50	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ประสบการณ์จากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร
หมวดผลิตภัณฑ์			
51	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ตราสินค้าหรือราคาไม่สำคัญเท่าความพอใจ
52	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	สินค้าราคาแพงแต่มีคุณภาพดีย่อมดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพต่ำ
หมวดอนาคต			
53	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556	ฉันมีการวางแผนชีวิตในอนาคต
54	พนิดา หอมบุญยงค์	2552	คนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต

ข้อ	แหล่งที่มา	ความคิดเห็นเรื่องต่างๆ (ต่อ)
หมวดวัฒนธรรม		
55	พินิตา หอมบุญยงค์	2552 วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์
56	ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์	2556 การเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่เสียหาย

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม คำถามมี 20 ข้อ ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ข้อ	แหล่งที่มา	รายละเอียดกระบวนการตัดสินใจซื้อ
1. การรับรู้ปัญหา		
1.1	วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์รัตน์	2556 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการแยกครอบครัว
1.2	วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์รัตน์	2556 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการบ้านหลังที่ 2
1.3	กฤษณะ กสิบุตร	2554 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน
1.4	พรชัย แม้นธนาวงศ์สิน	2555 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพื่อการลงทุน/ เก็งกำไร
1.5	กฤษณะ กสิบุตร	2554 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะมีรายได้เพิ่มขึ้น
2. การค้นหาข้อมูล		
2.1	กฤษณะ กสิบุตร	2554 ศึกษาประวัติของเจ้าของโครงการก่อนที่จะซื้อ
2.2	ทิมมพร ดอกบัว	2557 หาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะซื้อ
2.3	อัญชนา ทองเมืองหลวง	2554 เข้าชมโครงการก่อนที่จะซื้อ
2.4	อัญชนา ทองเมืองหลวง	2554 ศึกษาวิธีการผ่อนชำระให้เหมาะสมกับระดับรายได้และความสามารถในการผ่อนชำระก่อนที่จะซื้อ
2.5	อัญชนา ทองเมืองหลวง	2554 สำรวจเส้นทางการเดินทางของโครงการ (ทำเลที่ตั้ง) ก่อนที่จะซื้อ
3. การประเมินผลทางเลือก		
3.1	อัญชนา ทองเมืองหลวง	2554 เปรียบเทียบข้อมูลศักยภาพของทำเลที่ตั้งโครงการ
3.2	อัญชนา ทองเมืองหลวง	2554 ชอบแบบที่ทันสมัยสไตล์โมเดิร์น
3.3	อัญชนา ทองเมืองหลวง	2554 ชื่อเสียงบริษัท / โครงการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ
3.4	อัญชนา ทองเมืองหลวง	2554 ต้องการคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่มากกว่าผ่อนดาวน์
3.5	กฤษณะ กสิบุตร	2554 เปรียบเทียบห้องตัวอย่างจริงของแต่ละโครงการ

ข้อ	แหล่งที่มา		รายละเอียดกระบวนการตัดสินใจข้อ (ต่อ)
4. การตัดสินใจ			
4.1	ัญชนา ทองเมืองหลวง	2554	ตัดสินใจซื้อโดยมีสมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
4.2	ัญชนา ทองเมืองหลวง	2554	ตัดสินใจซื้อเพราะทำเลที่ตั้งโครงการ
4.3	ัญชนา ทองเมืองหลวง	2554	ตัดสินใจซื้อเพราะชอบรูปแบบการออกแบบและรูปแบบการใช้งาน
4.4	ัญชนา ทองเมืองหลวง	2554	ตัดสินใจซื้อเพราะสภาพบรรยากาศโครงการ
4.5	ัญชนา ทองเมืองหลวง	2554	ตัดสินใจซื้อเพราะความเชื่อมั่นในชื่อเสียงโครงการ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจหลังการพักอาศัยในคอนโดมิเนียม คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ คำถามมี 20 ข้อ ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 แสดงข้อคำถามและแหล่งที่มาของคำถาม ของความพึงพอใจหลังการพักอาศัยในคอนโดมิเนียม

ข้อ	แหล่งที่มา		รายละเอียดความพึงพอใจหลังการพักอาศัยในคอนโดมิเนียม
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	ทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นไปตามที่ต้องการ
1.2	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	โครงการสร้างเสร็จก่อนขาย สามารถชมห้องและสถานที่จริงได้
1.3	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	การออกแบบห้อง / การจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว
1.4	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง
1.5	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	ขนาดพื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารมีความเพียงพอ
2. ด้านราคา			
2.1	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับขนาดห้อง
2.2	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง
2.3	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับวัสดุที่ใช้ตกแต่ง
2.4	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง
2.5	จิราพร กำจัดทุกข์	2552	การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค

ข้อ	แหล่งที่มา	รายละเอียดความพึงพอใจหลังการพักอาศัยในคอนโดมิเนียม (ต่อ)	
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
3.1	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	พื้นที่จอดรถยนต์
3.2	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	ที่ทิ้งขยะส่วนกลาง
3.3	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	ห้องฟิตเนต / ห้องออกกำลังกาย
3.4	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	ขนาดและจำนวนลิฟต์
3.5	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	สวนหย่อม / สวนส่วนกลาง
4. ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ			
4.1	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	ภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม
4.2	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	ความปลอดภัยรอบโครงการ
4.3	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว มีรถบริการสาธารณะผ่านตลอด
4.4	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	ปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี เช่น เสียงรบกวน
4.5	จรรยา กิจจัดทุกข์	2552	ความเป็นส่วนตัว เงียบสงบ

3.2.2 เกณฑ์การให้คะแนน

มาตรวัด AIO และกระบวนการตัดสินใจใช้มาตรวัดความถี่ Rating Scale 5 ระดับ โดยแบ่งคำถามระดับความคิดเห็น ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

และใช้มาตรวัดความพึงพอใจใช้มาตรวัดความถี่ Rating Scale 5 ระดับ โดยแบ่งคำถามระดับความพึงพอใจ ดังนี้

พึงพอใจมาก	5	คะแนน
พึงพอใจ	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่พึงพอใจ	2	คะแนน
ไม่พึงพอใจมาก	1	คะแนน

3.2.3 เกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยจะหาค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละข้อ จากช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยคำนวณจากหลักการหาค่าเฉลี่ยทางสถิติ ตามสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของอันตรภาคชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของข้อมูล AIO และกระบวนการตัดสินใจตามคะแนนเฉลี่ยของข้อมูล จะแปลความหมายของระดับความคิดเห็นได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.40	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 2.41 – 3.60	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่แน่ใจ
คะแนนเฉลี่ย 3.61 – 4.20	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

และการแปลความหมายของข้อมูลความพึงพอใจตามคะแนนเฉลี่ยของข้อมูลจะแปลความหมายของระดับความพึงพอใจได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.40	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่พึงพอใจ
คะแนนเฉลี่ย 2.41 – 3.60	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ
คะแนนเฉลี่ย 3.61 – 4.20	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจ
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

3.2.4 การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

การตรวจสอบความตรง (Validity) ใช้วิธีการให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการวิจัยส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทำการพิจารณาตรวจสอบ เพื่อแก้ไขและปรับปรุงให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน หลังจากนั้นดำเนินการทดสอบดังนี้

ความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านประเมินความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำผลที่ได้มาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้สูตรของ Rovinelli and Hambleton ดังนี้

$$\text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC	=	ดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	=	ผลรวมจากคะแนนรายชื่อที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ
N	=	จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยแล้ว ค่า IOC ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.5 จึงถือว่ามีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 จึงต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงใหม่ (ยูทท ไกยวรรณ, 2550)

เมื่อดำเนินการทดสอบดัชนีความสอดคล้องแล้วแทนค่าจากสูตรของ Rovinelli and Hambleton จะได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{(0.00)+(0.33 \times 2)+(0.67 \times 23)+(1.00 \times 70)}{96} \\ &= \frac{86.07}{96} \\ &= 0.89 \end{aligned}$$

สรุปว่า แบบสอบถาม ใช้ได้

หลังจากการทำการตรวจสอบความตรง (Validity) และดำเนินการทดสอบดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนแบบสอบถาม ดังตารางที่ 3.6 ดังนี้

ตารางที่ 3.6 แสดงข้อความเฉพาะข้อที่เปลี่ยนแปลง ในส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต หลังการทำ IOC

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านกิจกรรม					
1. บางครั้งฉันทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น					
2. ฉันมักจะเอางานกลับมาทำที่ห้องในวันหยุด					
3. ฉันอ่านเรื่องต่างๆ ในหนังสือหรือในอินเทอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก					
4. ฉันสะสมสิ่งที่ชอบเป็นงานอดิเรก					
7. ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน					
9. ฉันชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง					
10. ฉันชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง					
ด้านความสนใจ					
22. เมื่อมีปัญหาฉันมักปรึกษาคนในครอบครัวที่พักอยู่ด้วยกัน					
25. ฉันสนใจเฉพาะเรื่องที่ทำให้ก้าวหน้าในอาชีพการงานเท่านั้น					
26. ฉันเลือกทำงานที่รักมากกว่าดูจากรายได้					
31. ฉันแต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น					
32. ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา					
ด้านความคิดเห็น					
41. ฉันคิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
42. ฉันคิดว่าทุกวันนี้เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม					
43. ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ					
44. ฉันไม่ชอบความขัดแย้งทางการเมือง					
45. ขอเพียงคุณมีความคิดคุณก็ทำธุรกิจได้					
46. ฉันคิดว่าการกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ					
47. ฉันคิดว่าควรพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับสังคม					
48. ฉันคิดว่าประชาชนควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ					
49. ฉันคิดว่าการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้คนมีโอกาสในชีวิตมากขึ้น					
50. ฉันคิดว่าประสบการณ์จากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร					

รูปแบบการดำเนินชีวิต (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	1	1	1	1	1
51. ฉันคิดว่าตราสินค้าหรือราคาไม่สำคัญเท่าความพอใจ					
52. ฉันคิดว่าสินค้าราคาแพงแต่มีคุณภาพดีย่อมดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพต่ำ					
53. ฉันคิดว่าการวางแผนอนาคตเป็นเรื่องจำเป็น					
54. ฉันคิดว่าคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต					
55. ฉันคิดว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์					
56. ฉันคิดว่าการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่เสียหาย					

ตารางที่ 3.7 แสดงข้อคำถามเฉพาะข้อที่เปลี่ยนแปลงในส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

กระบวนการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
3.การประเมินผลทางเลือก					
3.2 เปรียบเทียบรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของแต่ละโครงการ					
3.4 เปรียบเทียบความพร้อมในการเข้าอยู่อาศัยของแต่ละโครงการ					

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pre-test) ก่อนการเก็บข้อมูลจริง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคำตอบที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามถึงความเข้าใจในการสื่อสารความหมายให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย และนำผลที่ได้ไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α = ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับ
 n = จำนวนข้อ
 S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ
 S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

โดยในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์เกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป (สรายุทธ ก้นหลง, 2555)

จากการทำการทดสอบ (Pre-test) ก่อนเก็บข้อมูลจริง จำนวน 30 ชุด คำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่า 0.932 ซึ่งผ่านตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ และหลังจากเก็บข้อมูลแบบสอบถามครบทั้งหมดแล้ว ได้มีการทำการทดสอบจากการเก็บข้อมูลจริงอีกครั้ง จำนวน 352 ชุด คำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่า 0.929 ซึ่งผ่านตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์เช่นเดียวกัน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาวิจัยได้ติดต่อขอความร่วมมือจากนิติบุคคลของโครงการคอม โดมิเนียมในการช่วยแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมตามจำนวนสัดส่วนของแต่ละโครงการ โดยมีกำหนดระยะเวลา 7 วัน หลังจากนั้นผู้ศึกษาวิจัยจะเข้าไปได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน หากหลังจากระยะเวลา 7 วันที่ขอความร่วมมือจากนิติบุคคลของโครงการคอม โดมิเนียมแล้วยังได้ข้อมูลไม่ครบ ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนด้วยตนเองจนกว่าจะจำนวนของแบบสอบถามจะครบตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาวิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถาม จากนั้นนำมาลงรหัส (Coding) และทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยเครื่องคอมพิวเตอร์

3.5 วิธีการทางสถิติต่างๆ ที่ใช้

3.5.1 สถิติสำหรับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) เลือกวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายข้อมูลด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ส่วนตัวต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน และราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ

3.5.2 สถิติสำหรับการวิเคราะห์เชิงปัจจัย (Factor Analysis) เลือกวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) แบบเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก Principal Component Analysis และหมุนแกนด้วยวิธี Orthogonal แบบ Varimax (เลือกใช้วิธีนี้เพราะเป็นเทคนิคที่ทำให้จำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุด มีค่า Factor Loading มากในแต่ละปัจจัย) ในการวิเคราะห์ตัวแปรเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบมีขั้นตอนการทดสอบ ดังนี้ (เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย, 2549)

ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหาการวิจัย ทบทวนองค์ประกอบตัวแปรจากทฤษฎี เก็บข้อมูล และเลือกวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ขั้นที่ 2 ตรวจสอบข้อมูลที่วิเคราะห์ว่าเป็นไปตามข้อตกลงหรือไม่ และสร้างเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)

ขั้นที่ 3 สกัดองค์ประกอบ (Extraction Factor Analysis : Factor Extraction หรือ Initial Factor) ซึ่ง ในการศึกษาวิจัยนี้จำแนกการแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม มีจำนวน 20 ตัวแปร ด้านความสนใจ มีจำนวน 18 ตัวแปร และด้านความคิดเห็น มีจำนวน 18 ตัวแปร โดยเลือกการสกัดองค์ประกอบวิธี Principal Components Analysis

ขั้นที่ 4 เลือกวิธีการหมุนแกน (Factor Rotation) ก่อนการหมุนนั้นแกนตัวแปรแต่ละตัวจะมีค่า Loading สูงเพราะตัวแปรบางตัวสามารถเป็นสมาชิกขององค์ประกอบได้มากกว่า 1 องค์ประกอบ จึงยังแยกข้อมูลได้ไม่ชัดเจน วิธีที่จะช่วยได้คือการหมุนแกนตัวแปรบางตัวที่สามารถเป็นสมาชิกของหลายองค์ประกอบกลายเป็นสมาชิกขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งอย่างชัดเจนขึ้น โดยเลือกใช้การหมุนวิธี Orthogonal แบบ Varimax

ขั้นที่ 5 เลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Score) เป็นการเลือกว่าตัวแปรใดควรจะอยู่ในองค์ประกอบใด และบางตัวแปรที่มีค่ามากกว่าหนึ่งองค์ประกอบ จะต้องมีการเลือกว่าตัวแปรดังกล่าวอยู่น้องค์ประกอบใดแค่องค์ประกอบเดียว ซึ่งมีการพิจารณาจากการทดสอบความแตกต่างระหว่าง 2 ตัวแปรโดยใช้เครื่องคำนวณออนไลน์ Fisher-Z-Transformation

ขั้นที่ 6 ตั้งชื่อองค์ประกอบที่วิเคราะห์ได้ การตั้งชื่อจะตั้งโดยใช้คำเพียงสั้นๆ และมีความหมายสอดคล้องกับโครงสร้างขององค์ประกอบหลักซึ่งจะคล้ายคลึงกับตัวแปร

โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ มีดังนี้ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

1. ขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่า 50 ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้มีจำนวน 352

2. KMO (Kaiser – Meyer-Olkin) ต้องมีค่ามากกว่า 0.50 ซึ่งค่า KMO ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.740
3. Bartlett's test of sphericity จะต้องน้อยกว่า .05 (Sig. < .05) ซึ่งค่า Bartlett's test of sphericity ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ Sig. = 0.00
4. Measure of sampling adequacy (MSA) ต้องมีค่ามากกว่า 0.50 ซึ่งค่า MSA ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.502
5. ค่า eigenvalues มากกว่า 1.0 ซึ่งค่า eigenvalues ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้มีค่ามากที่สุดคือ 8.802 และค่าน้อยที่สุดคือ 1.610 (
6. ข้อมูลต้องเป็น การแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution)
7. การวัดความเบ้ (Skewness) ค่ามากที่สุดคือ 0.495 และค่าน้อยที่สุดคือ -0.764
8. การวัดความโด่ง (Kurtosis) ค่ามากที่สุดคือ 0.480 และค่าน้อยที่สุดคือ -1.239

3.5.3 สถิติสำหรับการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เลือกใช้การวิเคราะห์สถิติที่แตกต่างกันในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อทดสอบสมมติฐานของการศึกษาวิจัย ทั้ง 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ใช้การทดสอบสหสัมพันธ์ (Correlation) และมีการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D. E., 1998: p.118)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.70 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.50 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.30 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย +, - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ บอกทิศทางของความสัมพันธ์ ดังนี้
 มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)

มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ) (สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสุขภาพ, 2560)

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ใช้การทดสอบสหสัมพันธ์ (Correlation) และมีการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D. E., 1998: p.118)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.70 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.50 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.30 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย +, - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ บอกทิศทางของความสัมพันธ์ ดังนี้

มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)

มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ) (สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสุขภาพ, 2560)

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุ (multiple regression)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด” กรณีศึกษาเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) จำนวน 352 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มกิจกรรม
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มความสนใจ
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มความคิดเห็น
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต
- 4.6 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ
- 4.7 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ
- 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) จำนวน 352 คน และเป็นผู้ที่กรอกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 352 คน โดยข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ส่วนตัวต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน และราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ โดยแสดงเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	113	32.1
หญิง	239	67.9
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.9 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.1

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	50	14.2
25-30 ปี	97	27.5
31-35 ปี	126	35.8
36-40 ปี	31	8.8
41-45 ปี	26	7.4
มากกว่า 45 ปี	22	6.3
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 31-35 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36-

40 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.4 และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนักงานราชการ	61	17.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	38	10.8
พนักงานบริษัทเอกชน	124	35.2
ธุรกิจส่วนตัว / งานอิสระ	116	33.0
อื่นๆ	13	3.7
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / งานอิสระ คิดเป็นร้อยละ 33.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	176	50.0
สมรส	166	47.2
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	10	2.8
อื่นๆ	0	0.0
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.2 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	103	29.3
ปริญญาตรี	198	56.2
ปริญญาโท	49	13.9
ปริญญาเอก	0	0.0
อื่นๆ	2	0.6
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 13.9 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	96	27.3
15,001 – 20,000 บาท	103	29.2
20,001 – 25,000 บาท	25	7.1
25,001 – 30,000 บาท	66	18.8
30,001 – 35,000 บาท	15	4.3
35,001 – 40,000 บาท	11	3.1
40,001 – 45,000 บาท	8	2.3
45,001 – 50,000 บาท	4	1.1
มากกว่า 50,000 บาท	24	6.8
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 20,001 –

25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วงมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 30,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 35,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 40,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 45,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	47	13.4
15,001 – 20,000 บาท	67	19.0
20,001 – 25,000 บาท	20	5.7
25,001 – 30,000 บาท	98	27.8
30,001 – 35,000 บาท	12	3.4
35,001 – 40,000 บาท	36	10.3
40,001 – 45,000 บาท	5	1.4
46,001 – 50,000 บาท	10	2.8
มากกว่า 50,000 บาท	57	16.2
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 25,001 – 30,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 35,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 30,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 46,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.8 และกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 40,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน

จำนวนสมาชิกของครอบครัวที่ พักอาศัยร่วมกัน	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	106	30.1
2 คน	168	47.7
3 คน	58	16.5
4 คน	14	4.0
5 คน	5	1.4
มากกว่า 5 คน	1	0.3
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 2 คน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน มากกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ

ราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	91	25.9
1,000,001-2,000,000 บาท	117	33.2
2,000,001-3,000,000 บาท	109	31.0
3,000,001-4,000,000 บาท	30	8.5
4,000,001-5,000,000 บาท	3	0.8
มากกว่า 5,000,000 บาท	2	0.6
รวม	352	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อคอนโดมิเนียมในช่วงราคา 1,000,001 – 2,000,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อคอนโดมิเนียมในช่วงราคา 2,000,001 – 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0 กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อคอนโดมิเนียมในช่วงราคา ต่ำกว่า 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.9 กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อคอนโดมิเนียมในช่วงราคา 3,000,001 – 4,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.5 กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อคอนโดมิเนียมในช่วงราคา 4,000,001 – 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อคอนโดมิเนียมในช่วงราคา มากกว่า 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.6

4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้านกิจกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างตัวแปรด้านกิจกรรม (Activities) จำนวน 20 ข้อ และสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงระดับความเห็นด้วยในกิจกรรมต่างๆ โดยใช้การแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
1. บางครั้งฉันทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น	3.19	1.22	ไม่แน่ใจ
2. ฉันมักจะเอางานกลับมาทำที่ห้องในวันหยุด	3.26	0.98	ไม่แน่ใจ
3. ฉันอ่านเรื่องต่างๆ ในหนังสือหรือในอินเทอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก	3.16	0.94	ไม่แน่ใจ
4. ฉันสะสมสิ่งที่ชอบเป็นงานอดิเรก	3.34	0.97	ไม่แน่ใจ
5. ฉันเคยเข้าร่วมสมาคม ชุมชน หน่วยงานบริการสังคม	3.38	0.96	ไม่แน่ใจ
6. ฉันร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์	3.40	1.04	ไม่แน่ใจ
7. ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน	3.40	1.16	ไม่แน่ใจ
8. ฉันไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์	3.13	1.12	ไม่แน่ใจ
9. ฉันชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง	2.96	1.12	ไม่แน่ใจ
10. ฉันชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง	3.23	1.08	ไม่แน่ใจ
11. ฉันเป็นสมาชิกชมรมหรือศูนย์ออกกำลังกาย	3.46	1.04	เห็นด้วย
12. ฉันเป็นสมาชิกชมรมที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ	3.28	0.94	ไม่แน่ใจ
13. ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยองค์กรการกุศล	3.23	1.05	ไม่แน่ใจ
14. ฉันร่วมกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม	3.32	0.89	ไม่แน่ใจ
15. ฉันเลือกซื้อสินค้าที่ถูกต้องถึงแม้ราคาจะสูงก็ตาม	3.44	1.08	เห็นด้วย
16. ฉันชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.97	0.98	ไม่แน่ใจ
17. ฉันออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ	3.31	0.82	ไม่แน่ใจ
18. ฉันชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ	3.34	0.93	ไม่แน่ใจ
19. ฉันใช้เวลาว่างไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ต	3.28	1.05	ไม่แน่ใจ
20. ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ	2.99	0.97	ไม่แน่ใจ
รวม	3.26	0.39	ไม่แน่ใจ

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรด้านกิจกรรม โดยรวม อยู่ในเกณฑ์ไม่แน่ใจ คือค่าเฉลี่ยรวม 3.26 ซึ่งเมื่อพิจารณาพบว่า กิจกรรมที่ผู้อยู่อาศัยใน คอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่มีความเห็นสอดคล้องด้วยมาก ได้แก่ ฉันเป็นสมาชิก ชมรมหรือศูนย์ออกกำลังกาย (ค่าเฉลี่ย 3.46) ฉันเลือกซื้อสินค้าที่ถูกใจถึงแม้ราคาจะสูงก็ตาม (ค่าเฉลี่ย 3.44) ฉันร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงาน แทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน (ค่าเฉลี่ย 3.40) ฉันเคยเข้าร่วมสมาคม ชมชน หน่วยงานบริการสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ส่วนกิจกรรมที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่มีความเห็น สอดคล้องด้วยน้อย ได้แก่ ฉันชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง (ค่าเฉลี่ย 2.96) ฉันชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.97) ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ (ค่าเฉลี่ย 2.99) ฉันไปท่องเที่ยวจังหวัด ไกลเคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ฉันอ่านเรื่องต่างๆ ในหนังสือหรือในอินเทอร์เน็ต เป็นงานอดิเรก (ค่าเฉลี่ย 3.16)

4.3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความสนใจ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างตัวแปรด้านความสนใจ (Interests) จำนวน 18 ข้อ และสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงระดับความเห็นด้วยในความสนใจต่างๆ โดยใช้การแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

ความสนใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
21. ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอย่างแรก	3.68	1.23	เห็นด้วย
22. เมื่อมีปัญหาฉันมักปรึกษาคนในครอบครัวที่พักอยู่ด้วยกัน	3.38	1.12	ไม่แน่ใจ
23. ฉันมีความสุขมากเมื่อได้อยู่บ้าน	3.71	0.93	เห็นด้วย
24. ฉันสนใจที่จะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่	3.88	1.01	เห็นด้วย
25. ฉันสนใจเฉพาะเรื่องที่ทำให้ก้าวหน้าในอาชีพการงานเท่านั้น	3.39	1.05	ไม่แน่ใจ
26. ฉันเลือกทำงานที่รักมากกว่าดูจากรายได้	3.39	0.93	ไม่แน่ใจ
27. ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า	3.57	0.96	เห็นด้วย
28. ฉันสนใจการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม	3.38	1.03	ไม่แน่ใจ
29. ฉันชอบพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	2.98	0.86	ไม่แน่ใจ
30. ฉันชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงเสมอ	3.32	0.92	ไม่แน่ใจ
31. ฉันแต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น	3.39	0.93	ไม่แน่ใจ
32. ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา	3.28	0.88	ไม่แน่ใจ
33. ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ	3.62	0.95	เห็นด้วย
34. ฉันรับประทานอาหารจานด่วน (Fast Food) ประจำ	3.29	0.97	ไม่แน่ใจ
35. ฉันติดตามข่าวสาร เหตุการณ์จากสื่อต่างๆ เสมอ	3.60	0.87	เห็นด้วย
36. ฉันชอบดูโฆษณาทางโทรทัศน์มากพอๆกับดูรายการต่างๆ	3.51	1.02	เห็นด้วย
37. ความสำเร็จของฉันคือการได้เป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง	3.63	0.93	เห็นด้วย
38. ความสำเร็จของฉันคือ การมีเกียรติ, ชื่อเสียง	3.64	0.93	เห็นด้วย
รวม	3.49	0.41	เห็นด้วย

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วย คือค่าเฉลี่ยรวม 3.49 ซึ่งเมื่อพิจารณาพบว่า ความสนใจที่ผู้ตอบอาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ให้ความสนใจมาก ได้แก่ ฉันสนใจที่จะตกแต่งบ้าน

ให้สวยงามน่าอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ฉันมีความสุขเมื่อได้อยู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอย่างแรก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความสำเร็จของฉันคือ การมีเกียรติ, ชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความสำเร็จของฉันคือการได้เป็นเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ส่วนความสนใจที่ผู้อาศัยในในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ให้ความสำคัญน้อย ได้แก่ ฉันชอบพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.98) ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา (ค่าเฉลี่ย 3.28) ฉันรับประทานอาหารจานด่วน (Fast Food) ประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.29) ฉันชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ฉันสนใจแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.38)

4.4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความคิดเห็น

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างตัวแปรด้านความคิดเห็น (Opinion) จำนวน 18 ข้อ และสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงระดับความเห็นด้วยในความคิดเห็นต่างๆ โดยใช้การแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย
39. ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่สนใจคนอื่น	3.42	1.01	เห็นด้วย
40. ฉันอยากจะทำชีวิตในปัจจุบันเพื่อไปทำบางอย่างที่ต่างออกไป	3.62	1.03	เห็นด้วย
41. ฉันคิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษารัฐธรรมนูญและสิ่งแวดล้อม	3.91	1.02	เห็นด้วย
42. ฉันคิดว่าทุกวันนี้เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ ส่วนรวม	3.74	0.96	เห็นด้วย
43. ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ	3.61	0.89	เห็นด้วย
44. ฉันไม่ชอบความขัดแย้งทางการเมือง	3.59	0.89	เห็นด้วย
45. ขอเพียงคุณมีความคิดคุณก็ทำธุรกิจได้	3.49	1.02	เห็นด้วย
46. ฉันคิดว่าการกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ	3.50	1.01	เห็นด้วย
47. ฉันคิดว่าควรพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับสังคม	3.60	0.98	เห็นด้วย
48. ฉันคิดว่าประชาชนควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ	3.50	0.83	เห็นด้วย
49. ฉันคิดว่าการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้คนมีโอกาสในชีวิตมากขึ้น	3.40	0.89	ไม่แน่ใจ
50. ฉันคิดว่าประสบการณ์จากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร	3.46	1.04	เห็นด้วย
51. ฉันคิดว่าตราสินค้าหรือราคาไม่สำคัญเท่าความพอใจ	3.47	1.02	เห็นด้วย
52. ฉันคิดว่าสินค้าราคาแพงแต่มีคุณภาพดีย่อมดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่ คุณภาพต่ำ	3.48	0.93	เห็นด้วย
53. ฉันคิดว่าการวางแผนอนาคตเป็นเรื่องจำเป็น	3.60	0.89	เห็นด้วย
54. ฉันคิดว่าคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต	3.50	1.10	เห็นด้วย
55. ฉันคิดว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์	3.33	1.11	ไม่แน่ใจ
56. ฉันคิดว่าการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่เสียหาย	3.29	0.95	ไม่แน่ใจ
รวม	3.53	0.48	เห็นด้วย

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรด้านความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วย คือค่าเฉลี่ยรวม 3.53 ซึ่งเมื่อพิจารณาพบว่า ความคิดเห็นที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่มีมาก ได้แก่ ฉันคิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.91) ฉันคิดว่าทุกวันนี้เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.74) ฉันอยากจะทำชีวิตในปัจจุบันเพื่อไปทำบางอย่างที่ต่างออกไป (ค่าเฉลี่ย 3.62) ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ฉันคิดว่าควรพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ส่วนความคิดเห็นที่ผู้อยู่อาศัยในในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่น้อย ได้แก่ ฉันคิดว่าการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) ฉันคิดว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) ฉันคิดว่าการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้คนมีโอกาสในชีวิตมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่สนใจคนอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.42) ฉันคิดว่าประสบการณ์จากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กรณีที่มีการ cross loading ระหว่าง Factor Loading (Code O10, O4, A16, I11, A9) ผู้วิจัยเลือกใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าความสัมพันธ์ ด้วยเครื่องคิดออนไลน์ Fisher' Z test (<https://www.psychometrica.de/correlation.html>) โดยตารางหลังการปรับค่า cross loading แล้วได้ดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต จากมาตรวัดแบบ AIOs โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Factor Analysis) ปรับแก้ตัดค่า cross loading ออก

Code	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
O15	.725									
O17	.657									
O14	.639									
O11	.589									
I13	.586									
O16	.522									
O13	.509									
O12	.509									
I12	.477									
I15	.473									
I4	.458									
O9		.749								
O8		.672								
O10		.666								
I7		.613								
I8		.509								
O6										
I14										
A8			.700							
I3			.532							
A7			.487							
I2			.485							
O18										
A4				.656						
A3				.640						
A6				.534						
A18				.422						

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทั้ง 3 ด้านสามารถจัดแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็นจำนวน 10 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์
กลุ่มที่ 2	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ
กลุ่มที่ 3	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว
กลุ่มที่ 4	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น
กลุ่มที่ 5	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตัวนั้
กลุ่มที่ 6	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผ่อนคลาย
กลุ่มที่ 7	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสัน โดษ
กลุ่มที่ 8	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมอดมัน
กลุ่มที่ 9	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ะ
กลุ่มที่ 10	กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต

การจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 10 กลุ่มข้างต้นสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มนุษย์โลกาภิวัตน์”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะคิดว่าคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเองไม่ใช่ฟ้าลิขิต เพราะฉะนั้นจึงเป็นคนที่มีการคิดวางแผนอนาคตของตนเอง โดยเฉพาะด้านการศึกษาที่ให้ความคิดเห็นว่าการที่คนมีการศึกษาสูงขึ้นจะทำให้เพิ่มโอกาสในชีวิตมากขึ้น แต่ก็ต้องขึ้นใช้ความรู้ความสามารถประสบการณ์และความชำนาญในการทำงานจึงจะประสบความสำเร็จได้ มีการดูแลสุขภาพสุขภาพด้วยการให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกต้องลักษณะ เน้นสินค้าที่มีคุณภาพโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงราคา แต่ก็ไม่ยึดติดกับตราสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่จะใช้ความพอใจเข้ามาเป็นตัวตัดสินใจ มีรูปแบบการแต่งตัวของตัวเองไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าราคาแพง มีความสนใจและชอบในเรื่องของการตกแต่งบ้านให้เกิดสวยงามน่าอยู่ ติดตามข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ จากสื่อทุกประเภท ไม่ละทิ้งวัฒนธรรมไทยมองว่าเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ (ดังตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.15 แสดงกลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มนุษย์โลกาภิวัตน์”

ข้อความ	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันคิดว่าการวางแผนอนาคตเป็นเรื่องจำเป็น	O	8.802	15.718%	0.725
ฉันคิดว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์	O			0.657
ฉันคิดว่าสินค้าราคาแพงแต่มีคุณภาพดีย่อมดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพต่ำ	O			0.639
ฉันคิดว่าการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้คนมีโอกาสในชีวิตมากขึ้น	O			0.589
ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ	I			0.586
ฉันคิดว่าคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต	O			0.522
ฉันคิดว่าตราสินค้าหรือราคาไม่สำคัญเท่าความพอใจ	O			0.509
ฉันคิดว่าประสบการณ์จากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร	O			0.509
ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา	I			0.477
ฉันติดตามข่าวสาร เหตุการณ์จากสื่อต่างๆ เสมอ	I			0.473
ฉันสนใจที่จะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่	I			0.458

หมายเหตุ : I = ความสนใจ (Interests), O = ความคิดเห็น (Opinions)

กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “จิตสาธารณะ”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะคิดว่าการทำธุรกิจไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการมีเงินเก็บที่เพียงพอ แต่มองว่าการกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจนั้นเป็นเรื่องปกติที่ทุกคนสามารถทำและเริ่มได้ ในการทำธุรกิจนั้นจะต้องมีความสอดคล้องเกี่ยวข้องกับพึงพาอาศัยกันระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมไม่เน้นแค่ด้านใดหน้าหนึ่ง เพราะการเติบโตนั้นจะต้องมีที่ยืนในสังคมด้วย โดยมีความสนใจในการเข้าร่วมพัฒนาชุมชนให้เจริญก้าวหน้าไปพร้อมๆ กันกับการเติบโตของธุรกิจ รวมถึงการให้ความสนใจการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งนอกจากตัวเองแล้วยังอยากให้ประชาชนคนอื่นมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยกันเพื่อสังคมที่ดีกว่า (ดังตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 แสดงกลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “จิตสาธารณะ”

ข้อคำถาม	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันคิดว่าควรพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับสังคม	O	2.890	5.161%	0.749
ฉันคิดว่าการกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ	O			0.672
ฉันคิดว่าประชาชนควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ	O			0.666
ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า	I			0.613
ฉันสนใจการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม	I			0.509

หมายเหตุ : I = ความสนใจ (Interests), O = ความคิดเห็น (Opinions)

กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “รักครอบครัว”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะมีความสุขมากเมื่อได้อยู่บ้าน เลือกรักษาพักผ่อนที่บ้าน หลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน ชอบไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เมื่อมีปัญหาต่างๆ มักปรึกษาคคนในครอบครัวที่พักอยู่ด้วยกัน (ดังตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 แสดงกลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “รักครอบครัว”

ข้อคำถาม	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์	A	2.659	4.749%	0.700
ฉันมีความสุขมากเมื่อได้อยู่บ้าน	I			0.532
ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน	A			0.487
เมื่อมีปัญหาฉันมักปรึกษาคคนในครอบครัวที่พักอยู่ด้วยกัน	I			0.485

หมายเหตุ : A = กิจกรรม (Activities), I = ความสนใจ (Interests)

กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “กระตือรือร้น”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ทั้งเพื่อตัวเองและเพื่อส่วนรวม โดยส่วนที่ทำได้เพื่อตัวเองคือ สะสมสิ่งที่ตนชอบ อ่านเรื่องต่างๆ ทั้งในหนังสือและอินเตอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก ชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ ส่วนที่ทำได้เพื่อส่วนรวม คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ การร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และจะมีความรับผิดชอบกับหน้าที่สูง เช่น มักจะเอางานกลับมาทำที่ห้องในวันหยุด เป็นต้น (ดังตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 แสดงกลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “กระตือรือร้น”

ข้อคำถาม	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันสะสมสิ่งที่ชอบเป็นงานอดิเรก	A	2.408	4.300%	0.656
ฉันอ่านเรื่องต่างๆ ในหนังสือหรือในอินเทอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก	A			0.640
ฉันร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์	A			0.534
ฉันชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ	A			0.422
ฉันร่วมกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม	A			0.421
ฉันมักจะเอางานกลับมาทำที่ห้องในวันหยุด	A			0.413

หมายเหตุ : A = กิจกรรม (Activities)

กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ตัวฉัน”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะไม่พอใจในสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่ปัจจุบัน มีความคิดอยากจะทำในสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าหรือประสบความสำเร็จ สามารถทำในสิ่งที่ตัวเองเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่จำเป็นต้องสนใจคนอื่น แต่อยากให้คนอื่นมามีส่วนร่วมในกิจกรรมส่วนรวม เช่น คิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คิดว่าทุก การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ และคิดว่าทุกวันนี้คนเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม (ดังตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 แสดงกลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ตัวฉัน”

ข้อคำถาม	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันอยากจะทำชีวิตในปัจจุบันเพื่อไปทำบางอย่างที่ต่างออกไป	O	2.267	4.048%	0.793
ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่สนใจคนอื่น	O			0.659
ฉันคิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	O			0.628
ฉันคิดว่าทุกวันนี้เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม	O			0.504
ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ	O			0.430

หมายเหตุ : O = ความคิดเห็น (Opinions)

กลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ผ่อนคลาย”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบการใช้เวลาในการผ่อนคลายพักผ่อน ไม่ว่าจะเป็นการออกไปนอกบ้านเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อน เมื่ออยู่ในบ้านจะพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ หรือดูโทรทัศน์ที่มีรายการต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาขายสินค้าด้วย (ดังตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 แสดงกลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ผ่อนคลาย”

ข้อคำถาม	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงเสมอ	I	2.041	3.645%	0.586
ฉันชอบพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	I			0.517
ฉันชอบดูโฆษณาทางโทรทัศน์มากพอๆกับดูรายการต่างๆ	I			0.498

หมายเหตุ : I = ความสนใจ (Interests)

กลุ่มที่ 7 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สันโดษ”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบการใช้ชีวิตแบบลำพัง ชอบอยู่คนเดียว เช่น การใช้เวลาว่างไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ต ชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงบางครั้งมีการทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น (ดังตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 แสดงกลุ่มที่ 7 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สันโดษ”

ข้อคำถาม	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันใช้เวลาว่างไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ต	A	1.914	3.418%	0.684
ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงิบๆ	A			0.633
ฉันชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	A			0.542
บางครั้งฉันทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น	A			0.402

หมายเหตุ : A = กิจกรรม (Activities)

กลุ่มที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มอดมัน”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต มองว่าความสำเร็จคือการมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ซึ่งจะทำให้ตัวเองมีเกียรติและมีชื่อเสียง เลือกรซื้อสินค้าที่ถูใจโดยไม่คำนึงถึงราคา แต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น (ดังตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 แสดงกลุ่มที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มาดมั่น ”

ข้อความ	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันเลือกซื้อสินค้าที่ดูใจถึงแม้ราคาจะสูงก็ตาม	A	1.820	3.251%	0.641
ความสำเร็จของฉันคือการได้เป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง	I			0.607
ความสำเร็จของฉันคือ การมีเกียรติ, ชื่อเสียง	I			0.584
ฉันแต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น	I			0.452

หมายเหตุ : A = กิจกรรม (Activities), I = ความสนใจ (Interests)

กลุ่มที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สุนทรีย์”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง ชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง และยังชอบการเป็นอาสาสมัครช่วยองค์กรการกุศล (ดังตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 แสดงกลุ่มที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สุนทรีย์”

ข้อความ	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ฉันชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง	A	1.751	3.127%	0.714
ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยองค์กรการกุศล	A			0.534
ฉันชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง	A			0.517

หมายเหตุ : A = กิจกรรม (Activities)

กลุ่มที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สมดุลชีวิต”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอย่างแรก ชอบออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ และมีความคิดเห็นว่ามีใครมีความคิดก็สามารถทำธุรกิจได้ (ดังตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 แสดงกลุ่มที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สมดุลชีวิต”

ข้อความ	Dimension	Eigen Values	Variance Explained	Factor Loading
ขอเพียงคุณมีความคิดคุณก็ทำธุรกิจได้	O	1.610	2.875	0.667
ฉันออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ	A			0.643
ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอย่างแรก	I			0.508

หมายเหตุ : A = กิจกรรม (Activities), I = ความสนใจ (Interests), O = ความคิดเห็น (Opinions)

เมื่อพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จากทั้งหมด 10 กลุ่ม สามารถแยกจำนวนของกลุ่มได้โดยวิธีการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster analysis) ในเทคนิค K-Means Cluster Analysis จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 352 คนออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ดังตารางที่ 4.25 และมีการเรียงลำดับจำนวนสมาชิกในกลุ่มจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ กลุ่มที่มากที่สุดคือ กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์ มีจำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ กลุ่มตัวฉัน มีจำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 กลุ่มสันโดษ มีจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 12.2 กลุ่มกระตือรือร้น มีจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 9.1 กลุ่มจิตสาธารณะ มีจำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 8.8 กลุ่มเพื่อนคลาย มีจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 7.4 กลุ่มมาดมั่น มีจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 5.4 กลุ่มสมดุลชีวิต มีจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มสุนทรีย์ะ มีจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 1.7 และกลุ่มรักครอบครัว มีจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์หาจำนวนสมาชิกของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 10 กลุ่ม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster analysis) ในเทคนิค K-Means Cluster Analysis

กลุ่ม	การจัดกลุ่ม	
	จำนวนสมาชิก (คน)	ร้อยละ
กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์	93	26.4
กลุ่มตัวฉัน	83	23.6
กลุ่มสันโดษ	43	12.2
กลุ่มกระตือรือร้น	32	9.1
กลุ่มจิตสาธารณะ	31	8.8
กลุ่มเพื่อนคลาย	26	7.4
กลุ่มมาดมั่น	19	5.4
กลุ่มสมดุลชีวิต	17	4.8
กลุ่มสุนทรีย์ะ	6	1.7
กลุ่มรักครอบครัว	2	0.6
รวม	352	100.0

4.6 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างตัวแปรเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) จำนวน 20 ข้อ และให้กลุ่มตัวอย่างระบุถึงระดับคะแนนที่ตัวเองใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่แต่ละข้อ โดยใช้การแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
1. การรับรู้ปัญหา	3.28		ไม่แน่ใจ
1.1 ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการแยกครอบครัว	3.07	1.09	ไม่แน่ใจ
1.2 ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการบ้านหลังที่สอง	3.06	1.15	ไม่แน่ใจ
1.3 ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.51	1.04	แน่ใจ
1.4 ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพื่อการลงทุน / เก็งกำไร	3.45	1.09	แน่ใจ
1.5 ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.32	0.95	ไม่แน่ใจ
2. การค้นหาข้อมูล	3.53		แน่ใจ
2.1 มีการศึกษาประวัติของเจ้าของโครงการก่อนซื้อคอนโดมิเนียม	3.36	0.96	ไม่แน่ใจ
2.2 มีการหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะซื้อคอนโดมิเนียม	3.48	1.02	แน่ใจ
2.3 เข้าชมโครงการก่อนการตัดสินใจ	3.64	1.11	แน่ใจ
2.4 ศึกษาวิธีการผ่อนชำระให้เหมาะสมกับระดับรายได้และความสามารถในการผ่อนชำระ	3.57	1.05	แน่ใจ
2.5 สืบหาเส้นทางการเดินทางของโครงการ (ทำเลที่ตั้ง)	3.61	0.90	แน่ใจ
3. การประเมินทางเลือก	3.52		แน่ใจ
3.1 เปรียบเทียบข้อมูลศักยภาพของทำเลที่ตั้งโครงการ	3.50	0.96	แน่ใจ
3.2 ชอบแบบที่ทันสมัยสไตล์โมเดิร์น	3.47	0.94	แน่ใจ
3.3 ชื่อเสียงบริษัท / โครงการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.57	0.98	แน่ใจ
3.4 ต้องการคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่มากกว่าผ่อนค่างวด	3.50	0.92	แน่ใจ
3.5 เข้าชมห้องตัวอย่างที่เป็นจริงก่อนตัดสินใจซื้อ	3.58	0.92	แน่ใจ

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม (ต่อ)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย
4. การตัดสินใจ	3.63		แน่ใจ
4.1 ตัดสินใจซื้อโดยมีสมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	3.54	10.3	แน่ใจ
4.2 ตัดสินใจซื้อเพราะทำเลที่ตั้งโครงการ	3.64	1.06	แน่ใจ
4.3 ตัดสินใจซื้อเพราะชอบรูปแบบการออกแบบและรูปแบบการใช้งาน	3.75	0.93	แน่ใจ
4.4 ตัดสินใจซื้อเพราะสภาพบรรยากาศโครงการ	3.65	0.93	แน่ใจ
4.5 ตัดสินใจซื้อเพราะความเชื่อมั่นในชื่อเสียงโครงการ	3.58	0.89	แน่ใจ
รวม	3.50	0.52	แน่ใจ

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ โดยรวมอยู่ในเกณฑ์แน่ใจ คือค่าเฉลี่ยรวม 3.50 ซึ่งเมื่อพิจารณาพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ เรียงลำดับดังนี้

การตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยมีตัดสินใจซื้อเพราะชอบรูปแบบการออกแบบและรูปแบบการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตัดสินใจซื้อเพราะสภาพบรรยากาศโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตัดสินใจซื้อเพราะทำเลที่ตั้งโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตัดสินใจซื้อเพราะความเชื่อมั่นในชื่อเสียงโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และตัดสินใจซื้อโดยมีสมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

การค้นหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยมีเข้าชมโครงการก่อนการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64) สืบหาเส้นทางการเดินทางของโครงการ (ทำเลที่ตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 3.61) ศึกษาวิธีการผ่อนชำระให้เหมาะสมกับระดับรายได้และความสามารถในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีการหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะซื้อคอนโดมิเนียม (ค่าเฉลี่ย 3.48) และมีการศึกษาประวัติของเจ้าของโครงการก่อนซื้อคอนโดมิเนียม (ค่าเฉลี่ย 3.36)

การประเมินทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีเข้าชมห้องตัวอย่างที่เป็นจริงก่อนตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ชื่อเสียงบริษัท / โครงการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.57) เปรียบเทียบข้อมูลศักยภาพของทำเลที่ตั้งโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ต้องการคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่มากกว่าผ่อนค่างวด (ค่าเฉลี่ย 3.50) และชอบแบบที่ทันสมัยสไตล์โมเดิร์น (ค่าเฉลี่ย 3.47)

การรับรู้ปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยมีท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพื่อการลงทุน / เก็งกำไร (ค่าเฉลี่ย 3.45) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้

เพราะมีรายได้เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการแยกครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.07) และท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการบ้านหลังที่สอง (ค่าเฉลี่ย 3.06)

4.7 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างตัวแปรเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) จำนวน 20 ข้อ และให้กลุ่มตัวอย่างระบุถึงระดับคะแนนที่ตัวเองได้รับความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่แต่ละข้อ โดยใช้การแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1 = ไม่พึงพอใจมาก, 2 = ไม่พึงพอใจ, 3 = เฉยๆ, 4 = พึงพอใจ, 5 = พึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง

ความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.55		พึงพอใจ
1.1 ทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นไปตามที่ต้องการ	3.65	1.04	พึงพอใจ
1.2 โครงการสร้างเสร็จก่อนขาย สามารถชมห้องและสถานที่จริงได้	3.47	1.12	พึงพอใจ
1.3 การออกแบบห้อง / การจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว	3.47	0.96	พึงพอใจ
1.4 คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง	3.55	0.97	พึงพอใจ
1.5 ขนาดพื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารมีความเพียงพอ	3.61	0.96	พึงพอใจ
2.ด้านราคา	3.49		พึงพอใจ
2.1 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับขนาดห้อง	3.59	0.97	พึงพอใจ
2.2 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง	3.54	0.97	พึงพอใจ
2.3 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับวัสดุที่ใช้ตกแต่ง	3.51	0.93	พึงพอใจ
2.4 การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง	3.43	1.04	พึงพอใจ
2.5 การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค	3.40	0.90	เฉยๆ
3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.44		พึงพอใจ
3.1 พื้นที่จอดรถยนต์	3.53	0.97	พึงพอใจ
3.2 ที่ทิ้งขยะส่วนกลาง	3.56	0.92	พึงพอใจ
3.3 ห้องฟิตเนต / ห้องออกกำลังกาย	3.31	1.01	เฉยๆ
3.4 ขนาดและจำนวนลิฟต์	3.41	1.12	พึงพอใจ
3.5 สวนหย่อม / สวนส่วนกลาง	3.40	1.11	เฉยๆ

ความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม (ต่อ)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย
4.ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ	3.53		พึงพอใจ
4.1 ภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม	3.35	1.09	เฉยๆ
4.2 ความปลอดภัยรอบโครงการ	3.50	0.96	พึงพอใจ
4.3 การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถบริการสาธารณะผ่านตลอด	3.63	0.92	พึงพอใจ
4.4 ปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี เช่น เสียงรบกวน	3.67	0.90	พึงพอใจ
4.5 ความเป็นส่วนตัว เงียบสงบ	3.54	1.02	พึงพอใจ
รวม	3.51	0.59	พึงพอใจ

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่หลังจากได้ซื้อและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมแล้วโดยรวมอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจ คือค่าเฉลี่ยรวม 3.51 ซึ่งเมื่อพิจารณาพบว่า ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่หลังจากได้ซื้อและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมแล้วเรียงลำดับดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยมีทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นไปตามที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ขนาดพื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารมีความเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.61) คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.55) การออกแบบห้อง / การจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว (ค่าเฉลี่ย 3.47) และโครงการสร้างเสร็จก่อนขายสามารถชมห้องและสถานที่จริงได้ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยมีปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี เช่น เสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.67) การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถบริการสาธารณะผ่านตลอด (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความเป็นส่วนตัว เงียบสงบ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความปลอดภัยรอบโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยมีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับขนาดห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับวัสดุที่ใช้ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 3.51) การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) และการจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยมีที่ที่ขยะส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.56) พื้นที่จอดรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ขนาดและจำนวนลิฟต์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) สวนหย่อม / สวนส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) และห้องฟิตเนส / ห้องออกกำลังกาย (ค่าเฉลี่ย 3.31)

4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

Lifestyle	จำนวนสมาชิก กลุ่ม (คน)	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์	93	.562**	.000	ปานกลาง
กลุ่มตัวฉัน	83	.102	.056	ไม่มีความสัมพันธ์
กลุ่มสันโดษ	43	.182**	.001	ต่ำมาก
กลุ่มกระตือรือร้น	32	.224**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มจิตสาธารณะ	31	.359**	.000	ต่ำ
กลุ่มผ่อนคลาย	26	.238**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มมอดม้น	19	.245**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสมดุลชีวิต	17	.240**	.001	ต่ำมาก
กลุ่มสุนทรีย์	6	.191**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มรักครอบครัว	2	.356**	.000	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 เมื่อหาความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.562 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มตัวฉัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา

Lifestyle	จำนวนสมาชิกในกลุ่ม (คน)	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์	93	.309**	.000	ต่ำ
กลุ่มตัวฉัน	83	.161**	.002	ต่ำมาก
กลุ่มสันโดษ	43	.184**	.001	ต่ำมาก
กลุ่มกระตือรือร้น	32	.242**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มจิตสาธารณะ	31	.428**	.000	ต่ำ
กลุ่มผ่อนคลาย	26	.126*	.018	ต่ำมาก
กลุ่มมาดมั่น	19	.212**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสมดุลชีวิต	17	.163**	.002	ต่ำมาก
กลุ่มสุนทรีย์	6	.049	.361	ไม่มีความสัมพันธ์
กลุ่มรักครอบครัว	2	.211**	.000	ต่ำมาก

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อหาความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหาด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.309 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มตัวฉัน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมี

ที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.161 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.184 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.242 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.428 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบอ่อนคลาญ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.05 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.126 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมาดมั่น มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.212 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.163 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.211 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูล

Lifestyle	จำนวนสมาชิกในกลุ่ม (คน)	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับ
กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์	93	.638**	.000	ปานกลาง
กลุ่มตัวฉัน	83	.168**	.002	ต่ำมาก
กลุ่มสันโดษ	43	.029	.589	ไม่มีความสัมพันธ์
กลุ่มกระตือรือร้น	32	.159**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มจิตสาธารณะ	31	.287**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มผ่อนคลาย	26	.242**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มมอดม้น	19	.247**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสมดุลชีวิต	17	.124*	.020	ต่ำมาก
กลุ่มสุนทรีย์	6	.176**	.001	ต่ำมาก
กลุ่มรักครอบครัว	2	.428**	.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อหาความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.638 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มตัวฉัน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.168 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูล อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.159 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.287 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบอ่อนคลาญ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.242 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมาดมั่น มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.247 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.05 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.124 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรียะ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.176 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.428 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือก

Lifestyle	จำนวนสมาชิกในกลุ่ม (คน)	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับ
กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์	93	.610**	.000	ปานกลาง
กลุ่มตัวฉัน	83	.299**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสันโดษ	43	.130*	.015	ต่ำมาก
กลุ่มกระตือรือร้น	32	.216**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มจิตสาธารณะ	31	.320**	.000	ต่ำ
กลุ่มผ่อนคลาย	26	.195**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มมอดม้น	19	.225**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสมดุลชีวิต	17	.259**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสุนทรียะ	6	.149**	.005	ต่ำมาก
กลุ่มรักครอบครัว	2	.391**	.000	ต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อหาความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.610 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มตัวเงิน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.299 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.05 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.130 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.216 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.320 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบอ่อนคลาซ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.195 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมาดมัน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.225 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.259 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรียะ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.149 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการประเมินทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.391 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการตัดสินใจ

Lifestyle	จำนวนสมาชิกในกลุ่ม (คน)	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับ
กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์	93	.521**	.000	ปานกลาง
กลุ่มตัวฉัน	83	.301**	.000	ต่ำ
กลุ่มสันโดษ	43	.181**	.001	ต่ำมาก
กลุ่มกระตือรือร้น	32	.251**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มจิตสาธารณะ	31	.386**	.000	ต่ำ
กลุ่มผ่อนคลาย	26	.169**	.001	ต่ำมาก
กลุ่มมอดมัน	19	.189**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสมดุลชีวิต	17	.275**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มสุนทรีย์	6	.243**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มรักครอบครัว	2	.422**	.000	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 เมื่อหาความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการตัดสินใจด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.521 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มตัวฉัน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.301 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ในกระบวนการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.422 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ตารางที่ 4.33 แสดงการตรวจสอบตัวแปรอิสระรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	50.660	2	25.330	124.245	.000 ^b
Residual	71.151	349	.204		
Total	121.810	351			

a. Dependent Variable: ความพึงพอใจ

b. Predictors: (Constant), กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต, กระบวนการตัดสินใจ

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ตัวแปรอิสระรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ เนื่องจากค่า Sig. = .000

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	95.0% Confidence	
	Coefficients		Coefficients			Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	.567	.223		2.547	.011	.1129	1.005
กระบวนการตัดสินใจซื้อ	.595	.059	.532	10.100	.000	.479	.711
รูปแบบการดำเนินชีวิต	.253	.083	.161	3.049	.002	.090	.417

a. Dependent Variable: ความพึงพอใจ

จากตารางที่ 4.34 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด” กรณีศึกษาเทศบาลนครหาดใหญ่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่
- 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น
- 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) จำนวน 352 คน

เมื่อได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมเพื่อวิเคราะห์ค่าในเชิงสถิติ โดยขั้นตอนที่หนึ่งใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) เลือกรูปแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายข้อมูลด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ส่วนตัวต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน และราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ

ขั้นตอนที่สองใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์เชิงปัจจัย (Factor Analysis) เลือกรูปแบบการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) แบบเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก Principal Component Analysis และหมุนแกนด้วยวิธี Orthogonal แบบ Varimax ในการวิเคราะห์ตัวแปรเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ขั้นตอนที่สามใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เลือกใช้การวิเคราะห์สถิติที่แตกต่างกันในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อทดสอบ

สมมติฐานของการศึกษาวิจัย ทั้ง 3 สมมติฐาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (multiple regression)

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 5 ข้อ ประกอบด้วย การสรุปผลจากข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 1 ข้อ การสรุปผลจากวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ และการสรุปผลจากสมมติฐาน 1 ข้อ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 352 คน มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงร้อยละ 67.9 และเพศชายร้อยละ 32.1 มีช่วงอายุ 31-35 ปีมากที่สุดจำนวนร้อยละ 35.8 น้อยสุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุเกิน 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนร้อยละ 35.2 กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งมีสถานภาพโสดคือร้อยละ 50 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.2 มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนในช่วง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 29.2 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนในช่วง 25,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 27.8 ส่วนจำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกันในคอนโดมิเนียมคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 ราคาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่จะเป็นช่วงราคา 1,000,001 – 2,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.2

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ โดยรวมอยู่ในเกณฑ์แน่ใจ หมายความว่า ได้มีการใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อก่อนจะเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่ตัวเองอยู่อาศัย เรียงลำดับได้ดังนี้

ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา 1) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน 2) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพื่อการลงทุน / เก่งกำไร 3) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะมีรายได้เพิ่มขึ้น 4) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการแยกครอบครัว 5) ท่านซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการบ้านหลังที่สอง

ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล 1) เข้าชมโครงการก่อนการตัดสินใจ 2) สำรวจเส้นทางการเดินทางของโครงการ (ทำเลที่ตั้ง) 3) ศึกษาวิธีการผ่อนชำระให้เหมาะสมกับระดับรายได้และความสามารถในการผ่อนชำระ 4) มีการหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะซื้อคอนโดมิเนียม 5) มีการศึกษาประวัติของเจ้าของโครงการก่อนซื้อคอนโดมิเนียม

ขั้นตอนการประเมินทางเลือก 1) เข้าชมห้องตัวอย่างที่เป็นจริงก่อนตัดสินใจซื้อ 2) ชื่อเสียงบริษัท / โครงการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ 3) เปรียบเทียบข้อมูลศักยภาพของทำเลที่ตั้งโครงการ 4) ต้องการคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่มากกว่าผ่อนค่างวด 5) ชอบแบบที่ทันสมัยสไตล์โมเดิร์น

ขั้นตอนการตัดสินใจ 1) ตัดสินใจซื้อเพราะชอบรูปแบบการออกแบบและรูปแบบการใช้งาน 2) ตัดสินใจซื้อเพราะสภาพบรรยากาศโครงการ 3) ตัดสินใจซื้อเพราะทำเลที่ตั้งโครงการ 4) ตัดสินใจซื้อเพราะความเชื่อมั่นในชื่อเสียงโครงการ 5) ตัดสินใจซื้อโดยมีสมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการจัดเรียงลำดับของ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ดังนี้

ด้านกิจกรรม (Activities) จากคำถามด้านกิจกรรม จำนวน 20 ข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของการจัดสรรตัวแปรด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ไม่แน่ใจ โดยกิจกรรมที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่จัดสรรเวลาให้มากที่สุด คือ 1) ฉันเป็นสมาชิกชมรมหรือศูนย์ออกกำลังกาย 2) ฉันเลือกซื้อสินค้าที่ดูใจถึงแม้ราคาจะสูงก็ตาม 3) ฉันร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ 4) ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน 5) ฉันเคยเข้าร่วมสมาคม ชุมชน หน่วยงานบริการสังคม และกิจกรรมที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่จัดสรรเวลาให้น้อย คือ 1) ฉันชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง 2) ฉันชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต 3) ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ 4) ฉันไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ 5) ฉันอ่านเรื่องต่างๆ ในหนังสือหรือในอินเทอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก

ด้านความสนใจ (Interests) จากคำถามด้านความสนใจ จำนวน 18 ข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของการจัดสรรตัวแปรด้านความสนใจ โดยรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วย โดยความสนใจที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ 1) ฉันสนใจที่จะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่ 2) ฉันมีความสุขเมื่อได้อยู่บ้าน 3) ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก 4) ความสำเร็จของฉันคือ การมีเกียรติ, ชื่อเสียง 5) ความสำเร็จของฉันคือการได้เป็นเจ้าของกิจการ และความสนใจที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ให้ความสนใจน้อย คือ 1) ฉันชอบพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ 2) ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้า

มากกว่าราคา 3) ฉันรับประทานอาหารจานด่วน (Fast Food) ประจำ 4) ฉันชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงเสมอ 5) ฉันสนใจแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

ด้านความคิดเห็น (Opinions) จากคำถามด้านความคิดเห็น จำนวน 18 ข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของการจัดสรรตัวแปรด้านความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วย โดยความคิดเห็นที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่มีมาก คือ 1) ฉันคิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2) ฉันคิดว่าทุกวันนี้เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม 3) ฉันอยากจะทิ้งชีวิตในปัจจุบันเพื่อไปทำบางอย่างที่ต่างออกไป 4) ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ 5) ฉันคิดว่าการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับสังคม และความคิดเห็นที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่มีน้อย คือ 1) ฉันคิดว่าการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่เสียหาย 2) ฉันคิดว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ 3) ฉันคิดว่าการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้คนมีโอกาสในชีวิตมากขึ้น 4) ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่สนใจคนอื่น 5) ฉันคิดว่าประสบการณ์จากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร

เมื่อนำตัวแปรจากกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) จำนวน 56 ข้อ มาวิเคราะห์ด้วยวิธีองค์ประกอบ (Factor Analysis) แบบเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก Principal Component Analysis และหมุนแกนด้วยวิธี Orthogonal แบบ Varimax สามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ออกได้ 10 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มนุษย์โลกาภิวัตน์”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะคิดว่าคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเองไม่ใช่ฟ้าลิขิต เพราะฉะนั้นจึงเป็นคนที่มีการคิดวางแผนอนาคตของตนเองจะปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อให้ทันกับยุคสมัยและสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบัน โดยเฉพาะด้านการศึกษาที่ให้ความคิดเห็นว่าการที่คนมีการศึกษาสูงจะทำให้เพิ่มโอกาสในชีวิตมากขึ้น แต่ต้องใช้ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความชำนาญในการทำงานจึงจะประสบความสำเร็จได้ มีการดูแลสุขภาพด้วยโดยการให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ เน้นสินค้าที่มีคุณภาพโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงราคา แต่ก็ไม่ยึดติดกับตราสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่จะใช้ความพอใจเข้ามาเป็นตัวตัดสินใจ มีรูปแบบการแต่งตัวของตัวเองไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าราคาแพง มีความสนใจและชอบในเรื่องของการตกแต่งบ้านให้เกิดสวยงามน่าอยู่ ติดตามข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ จากสื่อทุกประเภท ไม่ละทิ้งวัฒนธรรมไทยมองว่าเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ยังมีความรวดเร็วของรูปแบบการติดต่อสื่อสารโดยสื่อสังคมออนไลน์ ที่เรียกว่า โซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่สามารถตอบสนองได้

กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “จิตสาธารณะ”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะคิดว่าการทำธุรกิจไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการมีเงินเก็บที่เพียงพอ แต่มองว่าการกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจนั้นเป็นเรื่องปกติที่ทุกคนสามารถทำและเริ่มได้ การทำธุรกิจเองก็จะต้องมีความสอดคล้องเกี่ยวข้องกับทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม จึงสนใจใส่ใจในสังคมมีการเข้าร่วมพัฒนาชุมชนให้เจริญก้าวหน้าไปพร้อมๆ กับการเติบโตของธุรกิจ มีการใช้ชีวิตที่สอดคล้องและก้าวไปด้วยกันระหว่างตัวเองและสังคม สนใจการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม อยากให้ประชาชนคนอื่นมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยกัน สร้างความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงเพื่อการอยู่ร่วมกันของบุคคล และตระหนักถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นร่วมกันวางแผนแก้ไข ให้สังคมมีความน่าอยู่

กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “รักครอบครัว”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้มีความสุขมากเมื่อได้อยู่บ้าน เลือกรักษาพักผ่อนที่บ้าน หลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน ชอบไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เมื่อมีปัญหาต่างๆ มักปรึกษาคนในครอบครัวที่พอกันด้วยกัน ให้ความสำคัญกับครอบครัว เมื่อมีเวลาว่างจากภาระหน้าที่ก็จะคิดถึงครอบครัวเป็นลำดับแรก มีความสุขเมื่อได้ใช้เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “กระตือรือร้น”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะไม่หยุดนิ่ง ชอบใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ทั้งเพื่อตัวเองและเพื่อส่วนรวม โดยส่วนที่ทำเพื่อตัวเองหากิจกรรมต่างๆ มาทำ เช่น สะสมสิ่งที่ตนชอบ อ่านเรื่องต่างๆ ทั้งในหนังสือและอินเทอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก ชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ ส่วนที่ทำเพื่อส่วนรวม คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ การร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และจะมีความรับผิดชอบกับหน้าที่สูง เช่น มักจะเอางานกลับมาทำที่ห้องในวันหยุด เป็นต้น

กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ตัวฉัน”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะไม่พอใจในสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่ปัจจุบัน มีความคิดอยากจะทำในสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าหรือประสบความสำเร็จ จะทำเพื่อตัวเอง สนใจความก้าวหน้า มีความทะเยอทะยาน สามารถทำในสิ่งที่ตัวเองเห็นว่าถูกต้องเหมาะสม โดยไม่จำเป็นต้องสนใจคนอื่น แต่อยากให้คนอื่นมามีส่วนร่วมในกิจกรรมส่วนรวม ไม่ทำให้ตัวเอง

เดือดร้อน เช่น คิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ และคิดว่าทุกวันนี้คนเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม

กลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ผ่อนคลาย”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบการใช้เวลาในการผ่อนคลายพักผ่อน ไม่ว่าจะเป็นการออกไปนอกบ้านเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อน เมื่ออยู่ในบ้านก็จะพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ หรือดูโทรทัศน์ที่มีรายการต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาขายสินค้าด้วย จะไม่เครียดกับการใช้ชีวิต ใช้ชีวิตสบายๆ ชอบการเข้าสังคม สามารถหาความสุขได้ทุกสถานที่ ทั้งในบ้านและนอกบ้าน

กลุ่มที่ 7 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สันโดษ”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบการใช้ชีวิตแบบลำพัง ชอบอยู่คนเดียว เช่น การใช้เวลาว่างไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ต ชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงบางครั้งมีการทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น มีความสุขกับการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมากนัก

กลุ่มที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มอดมัน”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต จะมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จของชีวิต มองว่าความสำเร็จคือการมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ซึ่งจะทำให้ตัวเองมีเกียรติและมีชื่อเสียง เลือกรับซื้อสินค้าที่ถูกใจโดยไม่คำนึงถึงราคา แต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น มีความแสดงออกที่ชัดเจน ชอบการเข้าสังคม เป็นมนุษยสัมพันธ์นิยม

กลุ่มที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สุนทรีย์”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง ชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง และยังชอบการเป็นอาสาสมัครช่วยของค์กรการกุศล กลุ่มนี้จะมองโลกในแง่ดี ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข มีการเข้าถึงและรู้คุณค่าของการดำเนินชีวิต

กลุ่มที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สมดุลชีวิต”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับครอบครัว ชอบออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ และมีความคิดเห็นที่ว่าถ้าใครมีความคิดก็สามารถทำธุรกิจได้ โดยรวมกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับทุกอย่างในชีวิตที่ใกล้เคียงกัน ทั้งในส่วนของครอบครัว การทำงาน และการดูแลสุขภาพ เพื่อความสมบูรณ์พร้อมในอนาคต ซึ่งต้องมีเป้าหมาย การวางแผน และทำให้ได้ตามความตั้งใจที่ตั้งไว้

ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ พบว่า จากทั้งหมด 10 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต มีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ดังนี้ กลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์ มีจำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 กลุ่มตัวฉัน มีจำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 กลุ่มสันโดษ มีจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 12.2 กลุ่มกระตือรือร้น มีจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 9.1 กลุ่มจิตสาธารณะ มีจำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 8.8 กลุ่มผ่อนคลาย มีจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 7.4 กลุ่มมอดมึน มีจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 5.4 กลุ่มสมดุลชีวิต มีจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มสุนทรีย์ มีจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 1.7 และกลุ่มรักครอบครัว มีจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.6

โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความเหมาะสมกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีทั้งหมด 9 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มมนุษย์โลกาภิวัตน์ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผ่อนคลาย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมอดมึน กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว โดยใช้เกณฑ์จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่) เนื่องจากเป็นการแสดงให้เห็นว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 9 กลุ่มเกิดความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

4. ประเมินความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่หลังจากได้ซื้อและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมแล้วโดยรวมอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจ โดยเรียงลำดับตามดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ 1) ทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นไปตามที่ต้องการ 2) ขนาดพื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารมีความเพียงพอ 3) คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง 4) การออกแบบห้อง/การจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว 5) โครงการสร้างเสร็จก่อนขายสามารถชมห้องและสถานที่จริงได้

ด้านราคา 1) ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับขนาดห้อง 2) ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง 3) ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับวัสดุที่ใช้ตกแต่ง 4) การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง 5) การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค

ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก 1) ที่ตั้งขยะส่วนกลาง 2) พื้นที่จอดรถยนต์ 3) ขนาดและจำนวนลิฟต์ 4) สวนหย่อม/สวนส่วนกลาง 5) ห้องฟิตเนส/ห้องออกกำลังกาย

ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ 1) ปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี เช่น เสียงรบกวน 2) การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถบริการสาธารณะผ่านตลอด 3) ความเป็นส่วนตัว เงียบสงบ 4) ความปลอดภัยรอบโครงการ 5) ภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม

5. สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ามี 9 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ประกอบด้วย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผ่อนคลาย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมอดมั้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว ส่วนกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีเพียงกลุ่มเดียว คือ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตัวฉันทัน

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อในการซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ แยกตามกระบวนการ ดังนี้

กระบวนการรับรู้ปัญหา มี 9 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อในกระบวนการรับรู้ปัญหา คือ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มตัวฉันทัน กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมอดมั้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีผลกับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการข้อมูลในการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

1. กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีการใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในการซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ มีระดับความพึงพอใจถึงร้อยละ 70 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณะ กสิบุตร (2554) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ที่ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องในการเรียงลำดับความสำคัญของกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการรับรู้ปัญหาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือกระบวนการค้นหาข้อมูล แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ขั้นตอนที่ได้รับความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่งคือ กระบวนการตัดสินใจ รองลงมาคือ กระบวนการค้นหาข้อมูล

เมื่อพิจารณาผลของกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นรายข้อมีบางข้อสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ เปรียวพันธ์ ธีรคุณไชย (2555) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยใช้กระบวนการตัดสินใจจากข้อมูลปัจจัยด้านจิตวิทยา ด้านความต้องการ (ซื้อเพื่อเก็งกำไร) ตรงกับกระบวนการรับรู้ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สอง, ด้านทัศนคติ (โครงการมีความปลอดภัย) ตรงกับกระบวนการตัดสินใจที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สอง

และเมื่อพิจารณากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละกลุ่มถึงการใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อในการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่) โดยพบว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเกือบทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อในการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จะมี

ยกเว้นเพียง กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ในกระบวนการรับรู้ปัญหา อันอาจจะเป็นผลมาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มนี้ชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง ชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง ชอบการเป็นอาสาสมัครช่วยองค์กรการกุศล มองโลกในแง่ดี ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข พอใจในสิ่งที่ เป็นอยู่ปัจจุบัน ซึ่งต่างจากกระบวนการรับรู้ปัญหาของ Kotler and Keller (2009) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะรับรู้ปัญหาได้ก็ต่อเมื่อเกิดการเห็นสภาพความแตกต่างระหว่างสภาพในปัจจุบันกับ สภาพในความปรารถนา เป็นแรงกระตุ้นภายใน ซึ่งหากมีแรงกระตุ้นมากพอให้ผู้บริโภคพยายามที่จะ ไปอยู่ในสภาพแห่งความปรารถนา ทำให้คนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ขาด กระบวนการรับรู้ปัญหาไป และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษในขั้นตอนการค้นหา ข้อมูลเนื่องจากกลุ่มนี้จะชอบการใช้ชีวิตแบบลำพังชอบอยู่คนเดียว เช่น การใช้เวลาว่างไปกับการ เล่นอินเทอร์เน็ต ชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการที่บางครั้งมีการทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น มีความสุขกับการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมากนัก ส่งผลทำให้การรับรู้ ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External search) ที่ Kotler and Keller (2009) ได้ระบุไว้ขาดหายไป เช่นแหล่งบุคคล (ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน) แหล่งพาณิชย์ (พนักงานขาย ตัวแทน จำหน่าย) แหล่งสาธารณะ (สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยงานของรัฐ) แหล่งทดลอง (การถือครอง การตรวจสอบ การใช้ผลิตภัณฑ์ สอบถามจากผู้อื่น)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อในการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัย ในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ครบในทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ตามทฤษฎี Kotler & Keller (2009) แต่ยังคงขาดความรู้ความเข้าใจในการเรียงลำดับความสำคัญ จึงทำให้ สลับกันในบางกระบวนการทำให้เกิดความลังเลหรือความสับสนในระหว่างการตัดสินใจ แต่เมื่อมี ความเข้าใจและมีการเรียงลำดับที่ถูกต้องแล้วจะช่วยให้การตัดสินใจทำได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น

โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อในงานวิจัยนี้ ไม่ได้ใช้ปัจจัยด้านราคามาเป็นปัจจัยหลักใน กระบวนการตัดสินใจซื้อ มีการกล่าวถึงราคาเพียงแค่ว่าในกระบวนการค้นหาข้อมูล คือ ศึกษาวิธีการ ผ่อนชำระให้เหมาะสมกับระดับรายได้และความสามารถในการผ่อนชำระก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซึ่ง เป็นการค้นหาข้อมูลจากความพร้อมทางด้านการเงินของผู้บริโภคเอง (ผู้บริโภคตั้งงบประมาณใน การซื้อไว้แล้ว) จึงไม่ส่งผลต่อเนื่องไปสู่กระบวนการประเมินทางเลือกและกระบวนการตัดสินใจ ซื้อ รวมถึงในศึกษาความพึงพอใจ ทั้ง 4 ด้านตามงานของจิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ด้านราคามีการ กล่าวถึงเพียงการเปรียบเทียบความคุ้มค่าระหว่างราคาขายกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดเก็บค่าใช้จ่าย ส่วนกลางและสาธารณูปโภคเท่านั้น

2) รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

จากการนำตัวแปรจากกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) มาวิเคราะห์ด้วยวิธีองค์ประกอบ (Factor Analysis) สามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ออกได้ 10 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มนุษย์โลกาภิวัตน์”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะคิดว่าคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต เพราะฉะนั้นจึงเป็นคนที่มีการคิดวางแผนอนาคตของตนเองจะปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อให้ทันกับยุคสมัยและสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบัน โดยเฉพาะด้านการศึกษาที่ให้ความคิดเห็นว่าการที่คนมีการศึกษาสูงขึ้นไปจะทำให้เพิ่มโอกาสในชีวิตมากขึ้น แต่ต้องใช้ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความชำนาญในการทำงานจึงจะประสบความสำเร็จได้ มีการดูแลสุขภาพด้วยโดยการให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ เน้นสินค้าที่มีคุณภาพโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงราคา แต่ก็ไม่ได้ติดติดกับตราสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่จะให้ความสนใจเข้ามาเป็นตัวตัดสินใจ มีรูปแบบการแต่งตัวของตัวเองไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าราคาแพง มีความสนใจและชอบในเรื่องของการตกแต่งบ้านให้เกิดสวยงามน่าอยู่ ติดตามข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ จากสื่อทุกประเภท ไม่ละทิ้งวัฒนธรรมไทยมองว่าเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ยังมีความเร็วของรูปแบบการติดต่อสื่อสารโดยสื่อสังคมออนไลน์ ที่เรียกว่า โซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่สามารถตอบสนองได้ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ชันญญา เกษะนันท์ (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้สูงอายุ” ในกลุ่มทันสมัยไม่ล่าช้า ที่ระบุว่าในกลุ่มที่สามารถปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี ชอบใช้โทรศัพท์มือถือ ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ติดตามข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการปรับตัวได้ดี ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา การอยู่ในคอนโดมิเนียมจึงเป็นเรื่องปกติทั่วไป ที่กลุ่มนี้จะยอมรับและใช้ชีวิตร่วมอยู่ด้วยได้อย่างมีความสุข

กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “จิตสาธารณะ”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะคิดว่าการทำงานธุรกิจไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการมีเงินเก็บที่เพียงพอ แต่มองว่าการกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจนั้นเป็นเรื่องปกติที่ทุกคนสามารถทำและเริ่มได้ การทำธุรกิจเองก็จะต้องมีความสอดคล้องเกี่ยวข้องกับสภาพอากาศอันระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับ

การพัฒนาสังคม จึงสนใจใส่ใจในสังคมมีการเข้าร่วมพัฒนาชุมชนให้เจริญก้าวหน้าไปพร้อมๆ กับการเติบโตของธุรกิจ มีการใช้ชีวิตที่สอดคล้องและก้าวไปด้วยกันระหว่างตัวเองและสังคม สนใจการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม อยากให้ประชาชนคนอื่นมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยกัน สร้างความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงเพื่อการอยู่ร่วมกันของบุคคล และตระหนักถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นร่วมกันวางแผนแก้ไข ให้สังคมมีความน่าอยู่ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของฐิติพร ปิยะพงษ์กุล (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ” ในกลุ่มโลกสวยด้วยมือเราใน ที่ระบุว่า มีการคำนึงถึงความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อม สุขภาพและการดำเนินชีวิต มีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่

เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ทำประโยชน์เพื่อสาธารณะซึ่งต้องมีการออกเดินทางหรือไปนอกสถานที่ การอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเพียงแค่อพาร์ทเมนท์ไว้จึงรู้สึกปลอดภัยกว่าการอยู่อาศัยที่บ้าน เนื่องจากไม่เป็นที่สังเกต และคอนโดมิเนียมยังมีระบบการรักษาความปลอดภัยให้ผู้อยู่อาศัยด้วย

กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “รักครอบครัว”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะมีสุขมากเมื่อได้อยู่บ้าน เลือกรับพักร้อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน ชอบไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เมื่อมีปัญหาต่างๆ มักปรึกษาคคนในครอบครัวที่พอกันอยู่ด้วยกัน ให้ความสำคัญกับครอบครัว เมื่อมีเวลาว่างจากภาระหน้าที่ก็จะคิดถึงครอบครัวเป็นลำดับแรก มีความสุขเมื่อได้ใช้เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์ (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนิน การเปิดรับสื่อ และความภักดีของผู้ฟังรายการวิทยุ กรีนเวฟ” ในกลุ่มบ้านคือวิมาน ที่ระบุว่ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัวเป็นลำดับแรก ชอบอยู่บ้านในวันหยุด ใช้เวลาว่างร่วมกับคนในครอบครัว เมื่อมีปัญหาหรือมีเรื่องปรึกษากับคนในครอบครัว เชื่อว่าบ้านเป็นที่อยู่อาศัยที่มีความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย เป็นศูนย์รวมสมาชิกในครอบครัวที่จะใช้ชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุข

กลุ่มนี้จะมีสุขเมื่อได้อยู่ในกับครอบครัว คอนโดมิเนียมจึงอาจจะเหมาะสำหรับเป็นที่พักแบบชั่วคราวเวลาหนึ่ง เช่นระหว่างเรียน หรือระหว่างการทำงาน เพื่อความสะดวกในการเดินทาง แต่เมื่อมีเวลาว่างจากภาระหน้าที่หรือวันหยุดก็จะกลับไปหาสมาชิกในครอบครัวที่บ้าน

กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “กระตือรือร้น”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะไม่หยุดนิ่ง ชอบใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ทั้งเพื่อตัวเอง และเพื่อส่วนรวม โดยส่วนที่ทำได้เพื่อตัวเองหากิจกรรมต่างๆ มาทำ เช่น สะสมสิ่งที่ชอบ อ่านเรื่องต่างๆ ทั้งในหนังสือและอินเทอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก ชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ ส่วนที่ทำได้เพื่อส่วนรวม คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ การร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และจะมีความรับผิดชอบกับหน้าที่สูง เช่น มักจะเอางานกลับมาทำที่ห้องในวันหยุด เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ชนัญญา เกษะนันท์ (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้สูงอายุ” ในกลุ่มมีชีวิตชีวาที่ระบุว่ากลุ่มนี้ชอบจะหาอะไรทำให้ชีวิตไม่ว่างจนเกินไป ซึ่งเมื่อเทียบกับคนรุ่นเดียวกันคนกลุ่มนี้จะทำกิจกรรมมาก ชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนๆ หากิจกรรมที่ตัวเองชื่นชอบทำได้ตลอดเวลา

กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับเวลา หากจะต้องเสียเวลาไปกับการเดินทางจึงเป็นเรื่องที่ไม่ดี การได้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมที่อยู่ใกล้สถานที่ทำงานจึงเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการ

กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ตัวลั่น”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะไม่พอใจในสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่ปัจจุบัน มีความคิดอยากจะทำในสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าหรือประสบความสำเร็จ จะทำเพื่อตัวเอง สนใจความก้าวหน้า มีความทะเยอทะยาน สามารถทำในสิ่งที่ตัวเองเห็นว่าถูกต้องเหมาะสม โดยไม่จำเป็นต้องสนใจคนอื่น แต่อยากให้คนอื่นมามีส่วนร่วมในกิจกรรมส่วนรวม ไม่ทำให้ตัวเองเดือดร้อน เช่น คิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ และคิดว่าทุกวันนี้คนเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ นที จารีย์พานิช (2553) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกับปัจจัยการเลือกซื้อบ้านโดยมุ่งเน้นลูกค้ำเป็นศูนย์กลางในบ้านระดับราคากลาง-สูง” ในกลุ่มที่ 1 ที่ระบุว่า รักความก้าวหน้าและบ้ำงาน ทำงานล่วงเวลาเป็นประจำ ชอบเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ทักษะ ไม่ชอบงานอดิเรก ไม่ชอบเป็นอาสาสมัคร ไม่ชอบออกกำลังกาย

กลุ่มนี้จะสนใจเฉพาะเรื่องของตัวเอง ไม่สนใจความรู้สึกของคนอื่นรอบข้าง ยังไม่ได้เป็นคนที่มีความรู้จักมักคุ้นกันมาก่อน การอยู่อาศัยในพื้นที่ร่วมกับผู้อื่นอย่างคอนโดมิเนียม อาจมีเรื่องทำให้ไม่สบายใจอยู่บ่อยครั้ง หรืออาจมีเรื่องกระทบกระทั่งกับผู้อยู่ร่วมคอนโดมิเนียมเดียวกันได้

กลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “ผ่อนคลาย”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบการใช้เวลาในการผ่อนคลายพักผ่อน ไม่ว่าจะเป็นการออกไปนอกบ้านเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อน เมื่ออยู่ในบ้านจะพักผ่อนด้วยการเล่นเกม

คอมพิวเตอร์ หรือคู่มือที่มียารักษาต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาขายสินค้าด้วย จะไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิต ใช้ชีวิตสบายๆ ชอบการเข้าสังคม สามารถหาความสุขได้ทุกสถานที่ ทั้งในบ้านและนอกบ้าน ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ สิทธิพันธ์ หนันไชย (2554) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน” ในกลุ่มเพื่อนพาเพลิน ที่ระบุว่า กลุ่มนี้ชื่นชอบในการปฏิสัมพันธ์และพบปะสังสรรค์กับเพื่อน โดยให้ความสำคัญกับเพื่อนมาก ทั้งการพบปะส่วนบุคคล แชนท คิวโทรศัพท์ และทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค มีความสนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสนิยม ชอบเล่นอินเทอร์เน็ต ชอบความสะดวกสบายโดยเฉพาะการนอนหลับพักผ่อน

กลุ่มนี้จะชอบการใช้ชีวิตที่เป็นอิสระ ชอบกิจกรรมที่ผ่อนคลายกับเพื่อน การอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจึงทำให้รู้สึกที่สามารถทำอะไรก็ได้ ไม่ต้องโดนบังคับหรือเพ่งเล็งจากคนในครอบครัว

กลุ่มที่ 7 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สันโดษ”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบการใช้ชีวิตแบบลำพัง ชอบอยู่คนเดียว เช่น การใช้เวลาวางไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ต ชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงบางครั้งมีการทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น มีความสุขกับการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมากนัก ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ วุฒิพร ปิยะพงษ์กุล (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ” ในกลุ่มสันโดษ ที่ระบุว่า กลุ่มนี้ชอบใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ ชอบความท้าทาย เวลาว่างชอบเล่นอินเทอร์เน็ต และใกล้เคียงกับงานวิจัยของ นที จาริพานิช (2553) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกับปัจจัยการเลือกซื้อบ้านโดยมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางในบ้านระดับราคากลาง-สูง” ในกลุ่มที่ 3 ที่ระบุว่า ชอบอยู่บ้านทำงานอดิเรก ชอบใช้เวลาวันหยุดอยู่กับบ้าน ทำงาน มีความเป็นส่วนตัวสูง ไม่ชอบทำกิจกรรมในครอบครัว ไม่ชอบกีฬา และไม่ชอบการช่วยเหลือสังคม

เนื่องจากกลุ่มนี้ไม่ชอบการพบปะ ไม่ชอบการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ทั้งคนรอบข้างและคนในครอบครัว การอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจึงทำให้รู้สึกเป็นส่วนตัว สามารถสร้างโลกส่วนตัวได้ภายในห้อง การอยู่อาศัยร่วมกับคนในครอบครัวที่บ้านทำให้รู้สึกอึดอัด และลำบากใจในการทำกิจกรรมต่างๆ

กลุ่มที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “มอดมัน”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต จะมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จของชีวิต มองว่าความสำเร็จคือการมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ซึ่งจะทำให้ตัวเองมีเกียรติและมีชื่อเสียง เลือกซื้อสินค้าที่ถูกใจโดยไม่คำนึงถึงราคา แต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น มีความแสดงออกที่ชัดเจน ชอบการเข้าสังคม เป็นมนุษยวัตนิยม ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ฐิติพร ปิยะพงษ์กุล (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ” ในกลุ่มบริโภคนิยม ที่ระบุว่า กลุ่มนี้เห็นว่าการไปศึกษาต่อต่างประเทศดีกว่าการศึกษาในประเทศ สินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดีกว่าสินค้าที่ราคาถูกกว่า และสินค้าเพื่อสุขภาพมักมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป การทำงานที่รักดีกว่าการทำงานเพื่อเงิน

กลุ่มนี้จะมีแนวคิดสมัยใหม่ การแยกตัวออกมาจากครอบครัวและ มาอยู่คอนโดมิเนียมจึงเป็นเสมือนการออกมาเริ่มต้นและจัดการเรื่องทุกอย่างด้วยตัวเอง เน้นคอนโดมิเนียมที่ใกล้ที่ทำงาน เพราะเมื่อต้องทำงานล่วงเวลาก็สามารถทำได้อย่างสะดวก รวมถึงคอนโดมิเนียมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ดีกว่าการอยู่บ้าน เช่น การออกกำลังกายจากห้องฟิตเนสหรือสระว่ายน้ำ

กลุ่มที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สุนทรีย์”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง ชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง และยังชอบการเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือของกิจกรรมกุศล กลุ่มนี้จะมองโลกในแง่ดี ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข มีการเข้าถึงและรู้คุณค่าของการดำเนินชีวิต ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ สิทธิพันธ์ ทนันทไชย (2554) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน” ในกลุ่มนันทนาการ ที่ระบุว่า กลุ่มนี้เป็นผู้ที่รักในการพักผ่อนด้วยกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ในเวลาว่าง นอกจากนี้ยังมีความชอบในเรื่องของการใช้ชีวิตคนเดียวอย่างสงบ ไม่มีคนพลุกพล่าน

จากการมองโลกในแง่ดีของกลุ่มนี้ ทำให้การอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจึงไม่ได้เป็นปัญหาหรือสิ่งแปลกที่ทำให้ไม่สบายใจ เพราะทุกๆ ที่กลุ่มนี้สามารถทำชีวิตของตัวเองให้มีความสุขได้

กลุ่มที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “สมดุลชีวิต”

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับครอบครัว ชอบออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ และมีความคิดเห็นที่ว่าถ้าใครมีความคิดก็สามารถทำธุรกิจได้ โดยรวมกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับทุกอย่างในชีวิตที่ใกล้เคียงกัน ทั้งในส่วนของครอบครัว การทำงาน และการดูแล

สุขภาพ เพื่อความสมบูรณ์พร้อมในอนาคต ซึ่งต้องมีเป้าหมาย การวางแผน และทำให้ได้ตามความตั้งใจที่ตั้งไว้ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์ (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนิน การเปิดรับสื่อ และความภักดีของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟ” ในกลุ่มสมดุขชีวิต ที่ระบุว่า กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความสมดุลของชีวิตทั้งเรื่องหน้าที่การงานและเรื่องส่วนตัว โดยจะทำงานอย่างมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาต่อยอดความสำเร็จ จะมุ่งมั่นขยันทำงาน ขอมทำงานหนักเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่าและเลือกทำงานที่ตนเองรัก เพื่อความสำเร็จในอาชีพการงานและการได้รับชื่อเสียง เกียรติยศ แต่ในอีกด้านหนึ่งของชีวิตพวกเขาก็มีการจัดสรรเวลาสำหรับการผ่อนคลายจากการทำงานด้วย

จากการให้ความสำคัญกับทุกเรื่อง กลุ่มนี้จึงมีการทำทุกอย่างให้ออกมาดีที่สุดจากการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า การอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจึงเหมาะสำหรับช่วงเริ่มต้นของการทำงาน และยังไม่มีการครอบครัว แต่เมื่อการงานมีความมั่นคงขึ้น เริ่มอยากมีการใช้ชีวิตครอบครัว การวางแผนในการย้ายที่อยู่อาศัยไปอยู่บ้านแทน ส่วนคอนโดมิเนียมที่เคยอยู่อาศัยนั้นอาจจะขายเพื่อทำกำไรหรือการปล่อยเช่าแทน

จากรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 10 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ซึ่งใช้การพิจารณาร่วมกับข้อมูลของการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่) โดยมีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ ตามงานวิจัยของงานวิจัยของ จิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร” ทำให้สามารถทราบถึง

1. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ทั้งหมด 9 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ 2) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ 3) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น 4) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ 5) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผ่อนคลาย 6) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมาดมั่น 7) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต 8) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ 9) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว

2. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมาะสมกับการอยู่อาศัยคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีเพียง 1 กลุ่มคือ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตัวฉัน โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ อาจเป็นเพราะ 1) ไม่พอใจในสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่หรืออยู่อาศัยในปัจจุบัน ซึ่งเป็นความไม่พึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 2) การที่สามารถทำในสิ่งที่ตัวเอง

เห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่จำเป็นต้องสนใจคนอื่น แต่อยากให้คนอื่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่วนรวม ไม่ทำให้ตัวเองเดือดร้อน เป็นความไม่พึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ การอยู่ในคอนโดมิเนียมของคนกลุ่มนี้จึงกลัวการโดนเอารัดเปรียบเอาเปรียบ การเบียดเบียนจากห้องใกล้เคียง ต้องรอรยะแหวะระวังจับผิดว่ามีใครละเมิดกฎกติกาของการอยู่ร่วมกันหรือไม่ มองเรื่องผลประโยชน์มากเกินไป ทำให้การอยู่อาศัยไม่มีความสุขเท่าที่ควร หากไปอยู่ที่พักอาศัยประเภทบ้านจะช่วยลดความวิตกกังวลดังกล่าวลงได้

3) ความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่า ความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ ถึงร้อยละ 70 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจัยของ รัตน์มณี แก้วลวดหล้า (2553) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการหลังการขายคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)” พบว่าผลทางด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการหลังการขายคอนโดมิเนียมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของ จันท์เพ็ญ ศรีสุข (2550) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการของอาคาร ชุมมณัฏานาคอนโดมิเนียม 2” ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการของอาคารชุมมณัฏานาคอนโดมิเนียม 2 เรียงลำดับรายด้านจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านอาคารสถานที่ให้บริการ ด้านความสะดวกเพียงพอต่อการให้บริการ ด้านพนักงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านอัตราค่าสาธารณูปโภค ส่วนงานวิจัยครั้งนี้ลำดับที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่างกันโดยเรียงจาก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ ด้านราคา และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่าความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เพียง 1 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ และไม่มีความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ในงานวิจัยครั้งนี้กลับพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่แยกเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน โดยผลที่ออกมาแตกต่างกันอาจเป็นผลมาจากการคาดหวังและความต้องการในแต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกัน

และเมื่อพิจารณากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละกลุ่มถึงความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความสัมพันธ์กับความพึง

พอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่) โดยพบว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมทั้งหมด 10 กลุ่ม มีจำนวนถึง 9 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตคิดเป็นร้อยละ 90 ของทั้งหมด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ประกอบด้วย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผ่อนคลาย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมดมัน กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว ส่วนกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น คือ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตัวฉัน ด้วยเหตุผลว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตัวฉัน จะไม่พอใจในสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่ในปัจจุบัน มีความคิดอยากจะทำในสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าหรือประสบความสำเร็จ จะทำเพื่อตัวเอง สนใจความก้าวหน้า มีความทะเยอทะยาน สามารถทำในสิ่งที่ตัวเองเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่จำเป็นต้องสนใจคนอื่น แต่อยาก让别人มีส่วนร่วมในกิจกรรมส่วนรวม ไม่ทำให้ตัวเองเดือดร้อน เช่น คิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ และคิดว่าทุกวันนี้คนเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม เมื่อจะต้องมาอยู่อาศัยในสถานที่เดียวกันร่วมกันกับผู้อื่น จึงกลัวการโดนเอารัดเปรียบเอาเปรียบ การเบียดเบียนจากห้องใกล้เคียง ต้องรอยระแวงระวังจับผิดว่ามีใครละเมิดกฎกติกาของการอยู่ร่วมกันหรือไม่ มองเรื่องผลประโยชน์มากเกินไป ทำให้การอยู่อาศัยไม่มีความสุขเท่าที่ควร ซึ่งผลวิจัยที่ได้จากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจนี้ไม่สามารถหางานวิจัยที่มีความสอดคล้องกันมาอ้างอิงได้ เนื่องจากเป็นความสัมพันธ์เฉพาะเรื่อง

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การไม่ตัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีจำนวนสมาชิกกลุ่มน้อยกว่าเกณฑ์ออก โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 2 คน ซึ่งเกณฑ์มาตรฐานส่วนใหญ่จะตัดกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกน้อยกว่า 5 คนออกไป หลังจากการวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Factor Analysis) แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถตัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัวออกไปได้ เนื่องจากจะส่งผลต่อการวิเคราะห์หองค์ประกอบ โดยรวมที่จะมีการเปลี่ยนแปลงและไม่สมบูรณ์เกิดขึ้น ดังนั้นหากจะนำงานวิจัยครั้งนี้ไปใช้จะต้องระมัดระวังในเรื่องดังกล่าวด้วย

2. ประชากร งานวิจัยนี้ใช้ประชากรจากผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ จึงทำให้ผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถนำไปใช้อธิบายกับประชากรพื้นที่อื่น

3. ช่วงระยะเวลา งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มประชากรจากผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ ที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) เท่านั้น ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปการเกิดขึ้นใหม่ของคอนโดมิเนียมและได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดินก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ข้อมูลต่างๆ จึงมีการปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา

4. แบบสอบถาม งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามที่มีจำนวนข้อของคำถามที่มาจากข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นที่ต้องใช้ศึกษาในการวิเคราะห์แยกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ข้อมูลความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความเหนื่อยและหมดความสนใจในการตอบแบบสอบถามที่ต้องใช้เวลานาน ทำให้ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างอาจเกิดความคลาดเคลื่อน

5. การกำหนดตัวแปรต่างๆ เช่น ข้อมูลด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นในการศึกษาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์แยกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ข้อมูลความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม งานวิจัยนี้ได้มีการนำข้อมูลข้างต้นมาจากการวิจัยที่เกิดขึ้นมาก่อนแล้ว ซึ่งพฤติกรรมของคนในพื้นที่มีความแตกต่างกัน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ส่วนของผู้ประกอบการ ข้อมูลและผลจากงานวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กระบวนการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ เพื่อเป็นประโยชน์ในสองด้าน คือ

1. ด้านการก่อสร้าง โดยด้านการก่อสร้างนั้นสามารถเพิ่มเติมได้ในขั้นตอนต่างๆ ของการก่อสร้างคอนโดมิเนียม ดังนี้

1) ชื่อที่ดิน จากข้อมูลวิจัยพบว่า การให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งในกระบวนการค้นหาข้อมูลมีถึงร้อยละ 72 กระบวนการประเมินทางเลือกร้อยละ 70 และกระบวนการตัดสินใจร้อยละ 72 การซื้อที่ดินของผู้ประกอบการนั้นจะมีความสำคัญเป็นลำดับแรกเริ่มในการทำคอนโดมิเนียม เนื่องจากทำเลจะเป็นตัวกำหนดลักษณะของคอนโดมิเนียม

2) การออกแบบ จากข้อมูลวิจัยพบว่า การให้ความสำคัญกับการออกแบบในกระบวนการประเมินทางเลือกร้อยละ 69 และกระบวนการตัดสินใจร้อยละ 75 รูปแบบที่ลูกค้าหรือผู้บริหารโครงการจะเป็นคอนโดมิเนียมที่มีความทันสมัยสไตล์โมเดิร์น เลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพ คู่มากับราคา การออกแบบที่คำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอยของพื้นที่ทั้งส่วนที่เป็นห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่สำหรับการออกกำลังกาย สภาพแวดล้อมรอบโครงการที่ปลอดภัย สภาพแวดล้อมรอบโครงการที่สวยงาม และสภาพแวดล้อมรอบโครงการที่มีความเป็นส่วนตัวไม่มีบุคคลภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง

3) การดำเนินการก่อสร้าง จากข้อมูลวิจัยพบว่า การให้ความสำคัญกับการเข้าดูโครงการก่อนการตัดสินใจในกระบวนการค้นหาข้อมูลร้อยละ 72 คือการเข้าชมโครงการก่อน ส่วนกระบวนการประเมินทางเลือกร้อยละ 71 มีการเปรียบเทียบความพร้อมในการเข้าอยู่อาศัย และเทียบห้องตัวอย่างจริงของแต่ละโครงการ

2. ด้านการตลาด ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้จะช่วยเหลือการทำงานของฝ่ายการตลาด โดยข้อมูลจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จากข้อมูลส่วนบุคคล, รูปแบบการดำเนินชีวิต (ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น) กระบวนการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจ ทำให้ฝ่ายการตลาดเห็นถึงความต้องการของผู้บริโภค สามารถพัฒนาต่อยอดไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ได้

ส่วนของผู้บริโภค ข้อมูลและผลจากงานวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ว่าแบบใดเหมาะสมหรือไม่ เหมาะกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม และผู้บริโภคมีการใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อด้วยหรือไม่

1. ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังจะเห็นได้จากข้อมูลงานวิจัยถ้าผู้บริโภคมีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมนุษย์โลกาภิวัตน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกระตือรือร้น รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสันโดษ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจิตสาธารณะ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผ่อนคลายเป็นต้น รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมาดมั่น รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสมดุลชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสุนทรีย์ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว บริโภคจะมีความพึงพอใจที่จะอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ได้ แต่ถ้าผู้บริโภคมีบุคลิกลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มตัวฉัน ผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

2. ตัวผู้บริโภคมีการรับรู้และใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อในการซื้อคอนโดมิเนียมหรือไม่ ถ้าผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย กระบวนการรับรู้ปัญหา กระบวนการค้นหาข้อมูล กระบวนการประเมินทางเลือก และกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถใช้เรียงตามลำดับและจึงจะเกิดเป็นการตัดสินใจซื้อที่ตรงความต้องการและมีประสิทธิภาพด้วย

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. กลุ่มประชากร เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้กลุ่มประชากรจากผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ จึงทำให้ผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถนำไปใช้อธิบายกับประชากรพื้นที่อื่น ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตเมื่ออยากทราบข้อมูลในพื้นที่ใด ควรทำการวิจัยในพื้นที่นั้น

2. ช่วงระยะเวลา เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้กลุ่มประชากรจากผู้ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดและอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่ ที่ได้รับการจดทะเบียนอาคารชุดกับกรมที่ดิน (พ.ศ. 2558) เท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตจึงควรตรวจสอบและทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด

3. การกำหนดตัวแปรต่างๆ เช่น ข้อมูลด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นในการศึกษาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์แยกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ข้อมูลความพึงพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เนื่องจากงานวิจัยนี้ได้มีการนำข้อมูลข้างต้นมาจากการวิจัยที่เกิดขึ้นมาก่อนแล้ว ซึ่งพฤติกรรมของคนในพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน และงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงอย่างเดียว อาจจะได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มร่วมด้วย เพื่อให้ข้อคำถามและข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ประเภทหรือรูปแบบของคอนโดมิเนียม งานวิจัยในอนาคตควรมีการแบ่งประเภทหรือรูปแบบของคอนโดมิเนียม เช่น การแบ่งตามความสูงของคอนโดมิเนียม เนื่องจากวัตถุประสงค์และราคาในการซื้อแตกต่างกัน โดยคอนโดสูง High rise (เกิน 8 ชั้น) ส่วนคอนโดเตี้ย Low rise (ไม่เกิน 8 ชั้น) และการแบ่งตามประเภทของการใช้งาน เพราะมีคอนโดมิเนียมบางแห่งเป็นคอนโดมิเนียมแบบผสม (Complex Condominium) จำนวนของห้องชุดที่จดทะเบียนจึงเป็นการรวมกันของห้องที่อยู่อาศัยและห้องที่ใช้ประกอบการอย่างอื่น (ร้านค้า, สำนักงาน) จึงไม่เป็นจำนวนของการอยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว ซึ่งการแบ่งตามความสูงและการแบ่งตามประเภทของการใช้งานของคอนโดมิเนียม นั้นผู้ซื้อมีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตก็ไม่เหมือนกัน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). *ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กฤษณะ กสิบุตร. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

กรมที่ดินศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสำนักงานที่ดินและอาคารชุด จังหวัดสงขลา*. ค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2558, จาก <http://condosearch.isp-thailand.com/Search/result.php>

กรมธนารักษ์. (ม.ป.ป.). *สรุปราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดิน รอบบัญชีปีพ.ศ.2555-2558 จังหวัด สงขลา*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558, จาก

http://www.treasury.go.th/download/property_valuation/songkhla.pdf

เกียรติศักดิ์ วรรณศรี. (2550). *รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

คอนโดขนาดใหญ่จ่อฟองสบู่แตกหลังยอดขายหด. (11 กันยายน 2555). *โพสต์ทูเดย์*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558, จาก <http://www.posttoday.com/property/news/176271>

จันทร์เพ็ญ ศรีสุข. (2550). *ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการของอาคาร ชุมภัณฑ์นา คอนโดมิเนียม 2*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

จารุวรรณ มีศิริ. (2553). *ส่วนประสมทางการตลาดและรูปแบบการใช้ชีวิตต่อความตั้งใจซื้อจาน ดาวเทียม DTV ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จิราพร กำจัดทุกข์. (2552). *ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขต กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เจาะโอกาสธุรกิจ บริษัทยักษ์แห่งบุก ดจว. "อสังหาฯ-ค้าปลีก" มาแรง. (30 ธันวาคม 2556). *ประชาชาติธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2558, จาก

http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1388332278

นิตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท

ชนัญญา เกษะนันท์. (2556). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคสูงอายุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชินอรส ถิ่นวิไลสกุล. (2558). *แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค* โดย Hawkins, Best & Coney. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2559, จาก
www.teacher.ssru.ac.th/chinoros_th/file.php/1/_1.docx
- ชุติมา หวังเบญญ่มัต, เจตสฤษฏ์ สังขพันธ์ และเลิศพงศ์ ปานรัตน์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน *การประชุมหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4 เรื่อง การวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย (น.159 – 164)*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ชมพูนุช สารวานิชพิทักษ์. (2556). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และความภักดีของผู้จัดรายการวิทยุกรีนเวฟ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติพร ปิยะพงษ์กุล. (2556). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิมมพร ดอกบัว. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนวัฒน์ พูนศิลป์. (2556). *อสังหาริมทรัพย์ หาดใหญ่-สงขลา ฟองสบู่...หรือ...ล้นตลาด..... สยามคมอสังหาริมทรัพย์จังหวัดสงขลา*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2558, จาก
<http://www.songkhlaarea.org/news/detail/95>
- ธวัชชัย สุวรรณสาร. (2556). *เครื่องมืออันทรงประสิทธิภาพที่คุณต้องทำเพื่อติดตามความพึงพอใจของลูกค้า*. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2558, จาก
http://www.coachtawatchai.org/2013/08/blog-post_5.html
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย ชุตัน. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นที จาริยานิช. (2553). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกับปัจจัยการเลือกซื้อบ้านโดยมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางในบ้านระดับราคากลาง-สูง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นภารัตน์ เลือจงพฐ. (2544). *ปัจจัยที่มีผลประสิทธิผลในการให้บริการของพนักงานประจำสำนักงานบริการโทรศัพท์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พินดา หอมบุญยงค์. (2552). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พันธ์ทิพย์ จงโกธ และ ชนมณี ทองใบ. (2557). *รูปแบบการกระจายเชิงพื้นที่ของพื้นที่เมืองในประเทศไทย*. *ว.เกษตรศาสตร์ (สังคม)*, 35 (1), 30 – 44.
- เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย. (2549). *หลักการและการใช้สถิติการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว สำหรับการวิจัยทางการพยาบาล (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. สงขลา: ชานเมืองการพิมพ์.
- พรชัย แม้นธนาวงศ์สิน. (2555). *การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการประเภทคอนโดมิเนียม บริเวณบางแค (ถ.เพชรเกษม)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญวิมลพันธ์ สิริคุณไชย. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บึงปอนด์ รักอำนวยกิจ และ พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2550). *แต่ชาวเมืองผู้หิวโหย*. ใน *วรชัย ทองไทย และ สุรีย์พร พันพึ้ง (บก.). ประชากรและสังคม 2550*. นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม.
- ปาริชาติ อินนุพัฒน์. (2552). *รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้ฟังในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2550). *ระเบิดประชากรสามลูก ในประเทศไทย*. *ประชากรและการพัฒนา*, 27(6). ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2558, จาก <http://www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=56>
- มารยาท โยทองยศ และ ปราณี สวัสดิ์สรรพ. (2551). *การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย*. ค้นเมื่อ ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/refh.pdf>
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2550). *หลักการทำวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- รัตน์มณี แก้วลอดหล้า. (2553). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการหลังการขายคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา บริษัท พุกผา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยนเรศวร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ระบบสถิติทางการทะเบียน สำนักบริหารงานทะเบียน, กรมการปกครอง. (ม.ป.ป.). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน. ค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2559, จาก <http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showProvinceData.php>
- ลัดดาวัลย์ รัตนเพิ่มพูนผล. (2552). รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วราศิณี สุนทร. (2546). กระบวนการตัดสินใจในการจัดสรรงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษากรณีเทศบาลนครหาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- วัชรพงศ์ พงษ์ลีรัตน์. (2556). พฤติกรรมและความสัมพันธ์ของปัจจัยการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมกรณีศึกษา คอนโดมิเนียมลุมพินี คอนโดทาวน์ โครงการบดินทรเดชา-รามคำแหง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2549). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม : มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในการบริการ. กรุงเทพฯ: ประชาชน
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิวริน จักรอสิราพงศ์. (2548). รูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน พะเยา และเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ส.อสังหาฯ สงขลา จัดงาน “บ้าน-คอนโดฯ” กระตุ้นเศรษฐกิจหลังฟื้นวิกฤตการเมือง. (16 มิถุนายน 2557). ASTV ผู้จัดการออนไลน์. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.manager.co.th/South/ViewNews.aspx?NewsID=9570000067413>
- สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสุขภาพ. บทที่ 7 สหสัมพันธ์ (Correlation). (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2560, จาก http://intraserver.nurse.cmu.ac.th/mis/download/course/lec_567730_lesson_07.pdf
- สรายุทธ กันหลง. (2555). การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's alpha. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.ipernity.com/blog/248956/424773>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สตรีลรัชวี สุรธรรมทวี. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- สรีนยา สงค์ประเสริฐ. (2554). *รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อค่านิยมในคอนโดมิเนียมตากอากาศระดับหรูหรา ในอำเภอหัวหิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- สิทธิพันธ์ หนันไชย. (2554). *รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- สุชาดา จันทรมณี. (2552). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- สุชาดา เทพหินลับ. (2557). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับ และทัศนคติของคุณแม่ที่มีต่อแฟนเพจคลับมังกรตุลย์55 และคลับแม่งูเอ๋ย ลูกงูน้อยมีนา56. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- เสรีวงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อิน บิสซิเนส เวิร์ล.*
- ส่วนวิจัยและพัฒนาระบบรูปแบบและโครงสร้าง, กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (ม.ป.ป.). *รายชื่อเทศบาลนคร จำนวน 27 แห่ง. ค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2559, จาก*
<http://www.dla.go.th/upload/service/2011/9/156.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี, สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต ข้อมูลเป็นรายจังหวัด พ.ศ. 2548 - 2557p. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2558, จาก*
<http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries15.html>
- สำนักงานสรรพากรพื้นที่สงขลา 2, กรมสรรพากร. (ม.ป.ป.). *รู้จักหาดใหญ่. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, จาก* <http://www.rd.go.th/songkhla2/76.0.html>
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กรมส่งเสริมการเกษตร. (2558). *การแบ่งเขตการปกครอง และประชากร จังหวัดสงขลาปี 2558. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558, จาก*
www.agriinfo.doae.go.th/year58/province/jun58/reg5/songkla.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (ม.ป.ป.). *ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2559, จาก

http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010311/unit09_1_1.html

อนันตพร นคะจัด. (2542). *การศึกษาเปรียบเทียบปัญหากฎหมายกับการดำเนินกิจการของนิติบุคคล อาคารชุดและของสหกรณ์เคหะสถาน ตาม พ.ร.บ. อาคารชุด พ.ศ. 2522 และ พ.ร.บ. สหกรณ์ พ.ศ.2542*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อภิชาติ จำรัสสุทธิรงค์ และอรทัย หรรษาเจริญพรพานิช. (2550). *เซ็กซ์แอนเดอะซิตี*. ใน วรชัย ทองไทย และสุริย์พร พันพื้ง (บก.). *ประชากรและสังคม 2550*. นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม.

อัญชญา ทองเมืองหลวง. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของบริษัทพัฒนาเรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เอมอร จังศิริพรปกรณ์. (ม.ป.ป.). *แบบแผนการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2558, จาก <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~jaimorn/index.htm>

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภาษาอังกฤษ

- Berkman, H. W., Lindquist, J. D., & Sirgy, M. J. (1997). *Consumer behavior* (1st Ed.). Lincolnwood, Illinois: NTC Business Books.
- Dadax Company. (2016). *World Population: Past, Present, and Future*. Retrieved Aug 8, 2016, from <http://www.worldometers.info/world-population/>
- Hale, T. (2010). *How many new clients would you like for me to bring you today?*. Retrieved Nov 2, 2015, from <http://www.slideshare.net/chiefsdad/prizm>
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A structural equation analysis of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(1), 638-646.
- Hoyer, W.D., & MacInnis, D.J. (2001). *Consumer behavior* (2nd ed.). Boston, Mass.: Houghton Mifflin.
- Kahle, L. R., & Kennedy, P. (1989). Using the list of values (LOV) to understand consumer. *Journal of Consumer Marketing*, 6(3), 5-12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A Framework for Marketing Management* (4th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prarson International Edition.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*.
- Lazer, J.A. (1963). The generalizability of psychographic Market Segments Across Geographic Locations. *Journal of Marketing*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). New York: Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2005). *Consumer behavior : A framework*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and application of life style segment. *Journal of Marketing*, January, 33-37.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Rokeach, M. (1968). *Beliefs, Attitudes, and Values : A theory of organization and change*. San Francisco: Jossey-Bass
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer behavior : Buying, having, and being* (10th ed.). Boston, MA: Pearson.
- The Nielsen Company. (2013). *Nielsen PRIZM, Segment Explorer*. Retrieved Jun 10, 2015, from <http://www.claritas.com/MyBestSegments/Default.jsp?ID=30&menuOption=segmentexplorer&pageName=Segment%2BExplorer&id1=1027>
- The world bank. (2558). *การพัฒนาเขตเมืองในประเทศไทยกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ*. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2558, จาก <http://www.worldbank.org/th/news/feature/2015/01/26/urbanization-in-thailand-is-dominated-by-the-bangkok-urban-area>
- Anderson, W. T. Jr. & Golden, L. L. (1984). Lifestyle and Psychographics: a Critical Review and Recommendation. In *NA - Advances in Consumer Research Volume 11, eds.* (pp. 405-411). Kinnear, T. K., Provo & UT: Association for Consumer Research,
- Wells, W. & Tigert, D. (1971). Activities, Interests, and Opinions, *Journal of Advertising Research*, 11(4), 27-35.

ภาคผนวก ก
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด

กรณีศึกษาเทศบาลนครหาดใหญ่

คำชี้แจง

- แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด กรณีศึกษาเทศบาลนครหาดใหญ่ ทั้งนี้คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย
- แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน 9 ข้อ
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	จำนวน 56 ข้อ
ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	จำนวน 20 ข้อ
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	จำนวน 20 ข้อ
- โปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงตามความคิดของท่าน เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย
- คำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและนำเสนอผลในภาพรวม ซึ่งมีได้แยกเป็นรายบุคคลหรือคอนโดมิเนียมแต่อย่างใด

นายธนรัตน์ โคมิน

นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

ท่านเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดเอง ชื่อคอนโดมิเนียม.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับคำตอบหรือความคิดเห็นของท่าน

1.1 เพศ

ชาย หญิง

1.2 อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี 25 – 30 ปี
 31- 35 ปี 36-40 ปี
 41- 45 ปี มากกว่า 45 ปี

1.3 อาชีพ

ข้าราชการ / พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว / งานอิสระ
 อื่นๆ โปรดระบุ

1.4 สถานภาพสมรส

โสด สมรส
 หย่าร้าง / ม่าย / แยกกันอยู่ อื่นๆ โปรดระบุ

1.5 ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ โปรดระบุ

1.6 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000 – 20,000 บาท
 20,001 – 25,000 บาท 25,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 35,000 บาท 35,001 – 40,000 บาท
 40,001 – 45,000 บาท 45,001 – 50,000 บาท
 มากกว่า 50,000 บาท

1.7 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (เฉพาะสมาชิกที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมแห่งนี้)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,000 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 – 35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 35,001 – 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001 – 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 45,001 – 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท | |

1.8 จำนวนสมาชิกของครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกันในคอนโดมิเนียม

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 คน | <input type="checkbox"/> 2 คน |
| <input type="checkbox"/> 3 คน | <input type="checkbox"/> 4 คน |
| <input type="checkbox"/> 5 คน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 คน |

1.9 ราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,000,000-2,000,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2,000,001–3,000,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3,000,001–4,000,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 4,000,001–5,000,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5,000,000 บาท |

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

คำชี้แจง โปรดในตารางต่อไปนี้จะแสดงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่านตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ขอความกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยใช้ระดับความคิดเห็นดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านกิจกรรม					
1. บางครั้งฉันทำงานล่วงเวลาช่วงเย็น					
2. ฉันมักจะเอางานกลับมาทำที่ห้องในวันหยุด					
3. ฉันอ่านเรื่องต่างๆ ในหนังสือหรือในอินเทอร์เน็ตเป็นงานอดิเรก					
4. ฉันสะสมสิ่งที่ชอบเป็นงานอดิเรก					
5. ฉันเคยเข้าร่วมสมาคม ชุมชน หน่วยงานบริการสังคม					
6. ฉันร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์					
7. ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน					
8. ฉันไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์อาทิตย์					
9. ฉันชอบดูหนังอยู่ที่ห้อง					
10. ฉันชอบที่จะฟังและร้องตามเนื้อเพลง					
11. ฉันเป็นสมาชิกชมรมหรือศูนย์ออกกำลังกาย					
12. ฉันเป็นสมาชิกชมรมที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ					
13. ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยองค์กรการกุศล					
14. ฉันร่วมกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม					
15. ฉันเลือกซื้อสินค้าที่ดูใจถึงแม้ราคาจะสูงก็ตาม					
16. ฉันชอบซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต					
17. ฉันออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ					
18. ฉันชมการถ่ายทอดสดกีฬาที่ชอบ					
19. ฉันใช้เวลาว่างไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ต					
20. ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ					

รูปแบบการดำเนินชีวิต (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านความสนใจ					
21. ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอย่างแรก					
22. เมื่อมีปัญหาฉันมักปรึกษาคนในครอบครัวที่พักอยู่ด้วยกัน					
23. ฉันมีความสุขมากเมื่อได้อยู่บ้าน					
24. ฉันสนใจที่จะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่					
25. ฉันสนใจเฉพาะเรื่องที่ทำให้ก้าวหน้าในอาชีพการงานเท่านั้น					
26. ฉันเลือกทำงานที่รักมากกว่าดูจากรายได้					
27. ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า					
28. ฉันสนใจการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม					
29. ฉันชอบพักผ่อนด้วยการเล่นเกมคอมพิวเตอร์					
30. ฉันชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงเสมอ					
31. ฉันแต่งตัวตามสบายมากกว่าตามแฟชั่น					
32. ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา					
33. ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ					
34. ฉันรับประทานอาหารจานด่วน (Fast Food) ประจำ					
35. ฉันติดตามข่าวสาร เหตุการณ์จากสื่อต่างๆ เสมอ					
36. ฉันชอบดูโฆษณาทางโทรทัศน์มากพอๆกับดูรายการต่างๆ					
37. ความสำเร็จของฉันคือการได้เป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง					
38. ความสำเร็จของฉันคือ การมีเกียรติ, ชื่อเสียง					

รูปแบบการดำเนินชีวิต (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านความคิดเห็น					
39. ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมโดยไม่สนใจคนอื่น					
40. ฉันอยากจะทิ้งชีวิตในปัจจุบันเพื่อไปทำบางอย่างที่ต่างออกไป					
41. ฉันคิดว่าทุกคนควรช่วยกันรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
42. ฉันคิดว่าทุกวันนี้เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม					
43. ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ					
44. ฉันไม่ชอบความขัดแย้งทางการเมือง					
45. ขอเพียงคุณมีความคิดคุณก็ทำธุรกิจได้					
46. ฉันคิดว่าการกู้ยืมเงินเพื่อทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ					
47. ฉันคิดว่าควรพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับสังคม					
48. ฉันคิดว่าประชาชนควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ					
49. ฉันคิดว่าการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้คนมีโอกาสในชีวิตมากขึ้น					
50. ฉันคิดว่าประสบการณ์จากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร					
51. ฉันคิดว่าตราสินค้าหรือราคาไม่สำคัญเท่าความพอใจ					
52. ฉันคิดว่าสินค้าราคาแพงแต่มีคุณภาพดีย่อมดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพต่ำ					
53. ฉันคิดว่าการวางแผนอนาคตเป็นเรื่องจำเป็น					
54. ฉันคิดว่าคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต					
55. ฉันคิดว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์					
56. ฉันคิดว่าการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่เสียหาย					

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

คำชี้แจง ประโยคในตารางต่อไปนี้แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของท่านตามขั้นตอนการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก และการตัดสินใจ ขอความกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยใช้ระดับความคิดเห็นดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1.การรับรู้ปัญหา					
1.1 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการแยกครอบครัว					
1.2 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะต้องการบ้านหลังที่สอง					
1.3 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน					
1.4 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพื่อการลงทุน / เก็งกำไร					
1.5 ซื้อคอนโดมิเนียมนี้เพราะมีรายได้เพิ่มขึ้น					
2.การค้นหาข้อมูล					
2.1 ศึกษาประวัติของเจ้าของโครงการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ					
2.2 หาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ					
2.3 เข้าชมโครงการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ					
2.4 ศึกษาวิธีการผ่อนชำระให้เหมาะสมกับระดับรายได้และความสามารถในการผ่อนชำระก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ					
2.5 สืบหาเส้นทางเดินทางของโครงการ (ทำเลที่ตั้ง) ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ					
3.การประเมินผลทางเลือก					
3.1 เปรียบเทียบข้อมูลศักยภาพของทำเลที่ตั้งโครงการ					
3.2 เปรียบเทียบรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของแต่ละโครงการ					
3.3 ชื่อเสียงบริษัท / โครงการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ					
3.4 เปรียบเทียบความพร้อมในการเข้าอยู่อาศัยของแต่ละโครงการ					
3.5 เปรียบเทียบห้องตัวอย่างจริงของแต่ละโครงการ					

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
4.การตัดสินใจ					
4.1 ตัดสินใจซื้อโดยมีสมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ					
4.2 ตัดสินใจซื้อเพราะทำเลที่ตั้งโครงการ					
4.3 ตัดสินใจซื้อเพราะชอบรูปแบบการออกแบบและรูปแบบการใช้งาน					
4.4 ตัดสินใจซื้อเพราะสภาพบรรยากาศโครงการ					
4.5 ตัดสินใจซื้อเพราะความเชื่อมั่นในชื่อเสียงโครงการ					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

คำชี้แจง ประโยคในตารางต่อไปนี้แสดงถึงความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของท่านในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสภาพแวดล้อมโครงการ ขอความกรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยใช้ระดับความพึงพอใจดังนี้

1 = ไม่พึงพอใจมาก, 2 = ไม่พึงพอใจ, 3 = เฉยๆ, 4 = พึงพอใจ, 5 = พึงพอใจมาก

ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม	ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5
1.ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 ทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นไปตามที่ต้องการ					
1.2 โครงการสร้างเสร็จก่อนขาย สามารถชมห้องและสถานที่จริงได้					
1.3 การออกแบบห้อง / การจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว					
1.4 คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง					
1.5 ขนาดพื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารมีความเพียงพอ					
2.ด้านราคา					
2.1 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับขนาดห้อง					
2.2 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง					
2.3 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับวัสดุที่ใช้ตกแต่ง					
2.4 การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง					
2.5 การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค					

ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5
3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
3.1 พื้นที่จอดรถยนต์					
3.2 ที่ทิ้งขยะส่วนกลาง					
3.3 ห้องฟิตเนส / ห้องออกกำลังกาย					
3.4 ขนาดและจำนวนลิฟต์					
3.5 สวนหย่อม / สวนส่วนกลาง					
4.ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ					
4.1 ภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม					
4.2 ความปลอดภัยรอบโครงการ					
4.3 การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว เช่น รถบริการสาธารณะผ่านตลอด					
4.4 ปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี เช่น เสียงรบกวน					
4.5 ความเป็นส่วนตัว เงียบสงบ					

ขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย...ผู้วิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ โทร.7858-9
ที่ มอ 461/๑๐๗ วันที่ 6 ตุลาคม 2559

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ปิยะนุช ปริชานนท์

ด้วย นายธนารัตน์ โคมิน รหัสนักศึกษา 5610522013 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด” โดยมี ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ทั้งนี้ นักศึกษาอยู่ระหว่างขั้นตอนของการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูล

ในการนี้ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์การวัดและประเมินผลเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถตรวจสอบเครื่องมือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษาได้ จึงขอความอนุเคราะห์มายังท่านเพื่อเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

(ดร.ธนาวุธ แสงกาสนีย์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ โทร.7858-9

ที่ มอ 461/๑๐๗

วันที่ 6 ตุลาคม 2559

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.นนทิกค์ เพียรโรจน์

ด้วย นายธนารัตน์ โคมิน รหัสนักศึกษา 5610522013 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด” โดยมี ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ทั้งนี้ นักศึกษาอยู่ระหว่างขั้นตอนของการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูล

ในการนี้ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์การวัดและประเมินผลเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถตรวจสอบเครื่องมือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษาได้ จึงขอความอนุเคราะห์มายังท่านเพื่อเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

(ดร.ธันวาคม แสงกาสนีย์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ โทร.7858-9

ที่ มอ 461/ 107

วันที่ 6 ตุลาคม 2559

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ

ด้วย นายธนารัตน์ โคมินทร์ สันักศึกษา 5610522013 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด” โดยมี ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ทั้งนี้ นักศึกษาอยู่ระหว่างขั้นตอนของการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูล

ในการนี้ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์การวัดและประเมินผลเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถตรวจสอบเครื่องมือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษาได้ จึงขอความอนุเคราะห์มายังท่านเพื่อเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

(ดร.ธนาวุธ แสงกาสนีย์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ภาคผนวก ข
ประวัติผู้เขียน

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล นายธนารัตน์ โคมอน

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5610522013

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (สาขาโยธา)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2548
บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการจัดการงานก่อสร้าง)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2551

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

ตำแหน่ง วิศวกรโยธาอาวุโส บริษัทหาดใหญ่นครินทร์ จำกัด

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

ธนารัตน์ โคมอน และธีรศักดิ์ จินดาบถ. (2560). รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ต่างจังหวัด. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2560. (หน้า 410-420). สงขลา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.