

ผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC⁺ ซึ่งจะเสนอผลการวิจัยเรียงตามลำดับต่อไปนี้*

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยใน
คอนโดมิเนียม
2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
3. ผลการวิเคราะห์ความทันสมัยในระดับบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยใน
คอนโดมิเนียม
4. ผลการวิเคราะห์ลักษณะการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

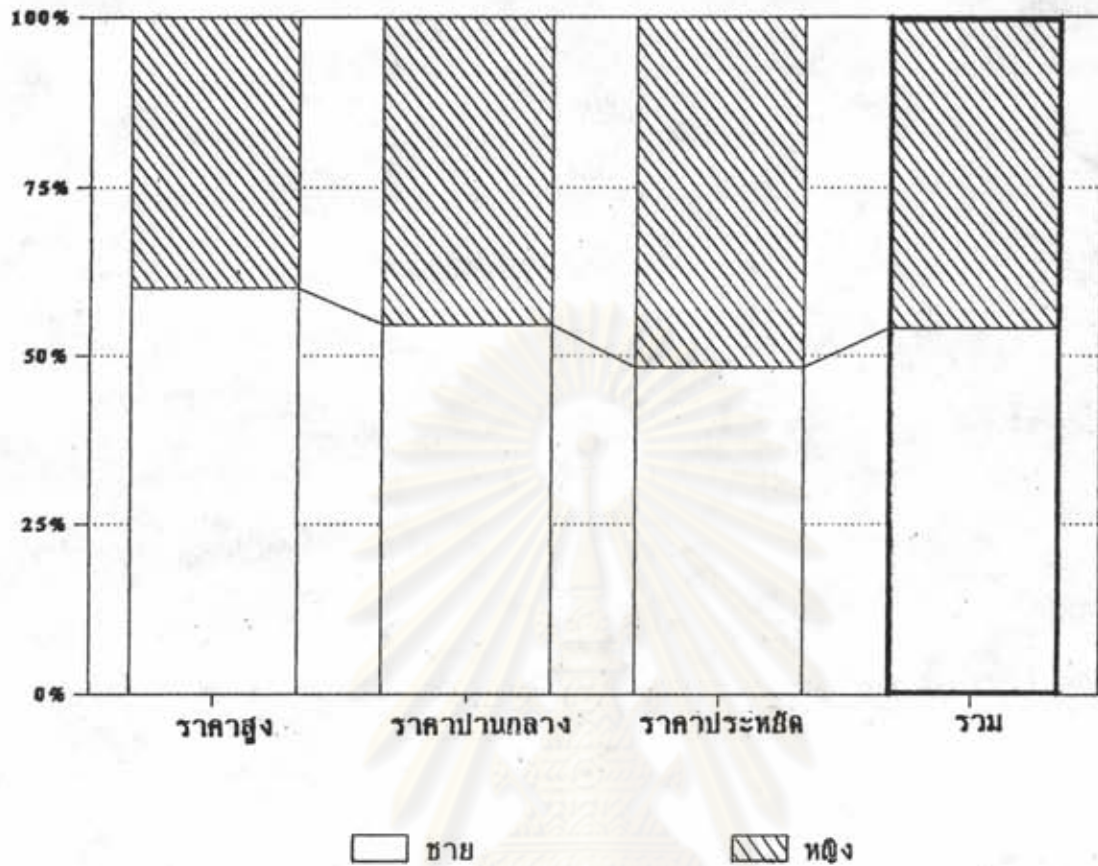
1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 320 คน สามารถแจกแจงลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* ดูตารางประกอบที่ภาคผนวก ข.

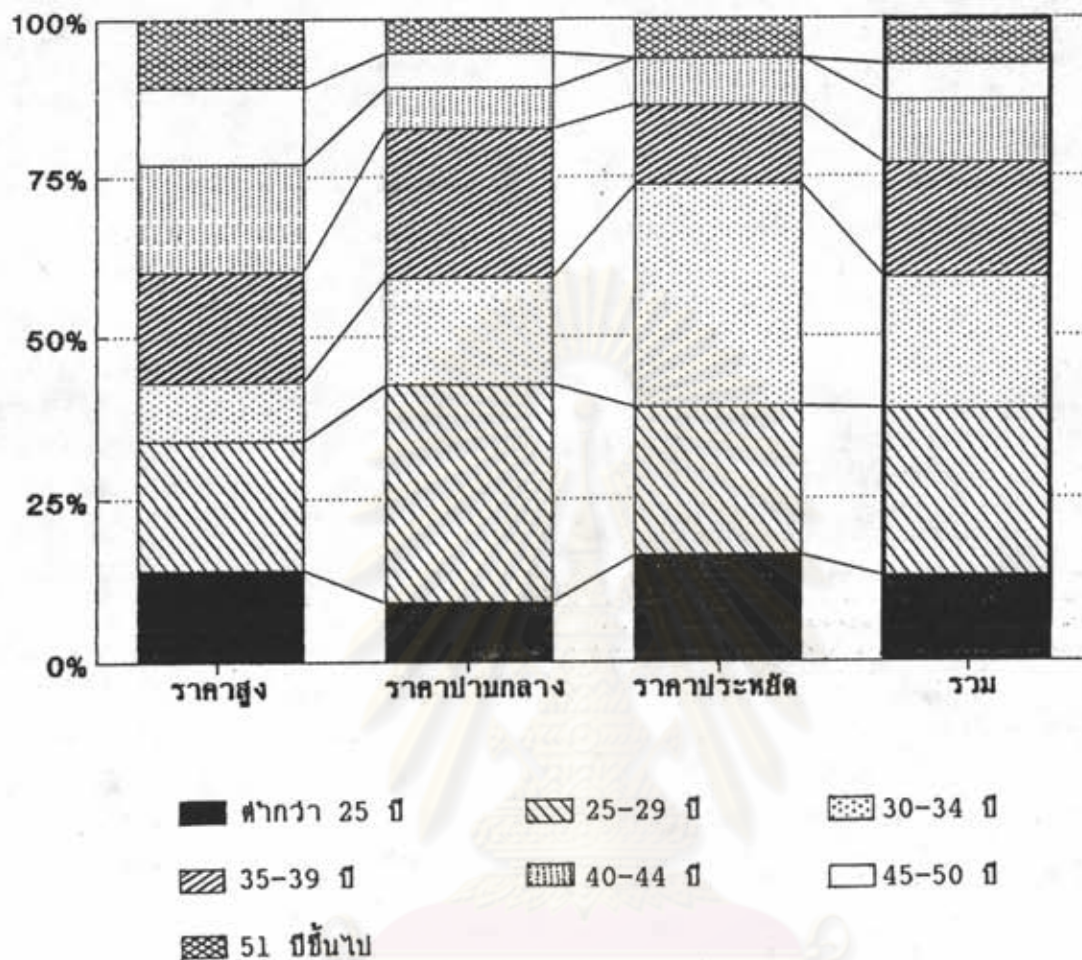
กราฟที่ 1 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจำแนกตามเพศ



เพศ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เป็น เพศชายและ เพศหญิงในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ เป็นเพศชายร้อยละ 54.1 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 45.9

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

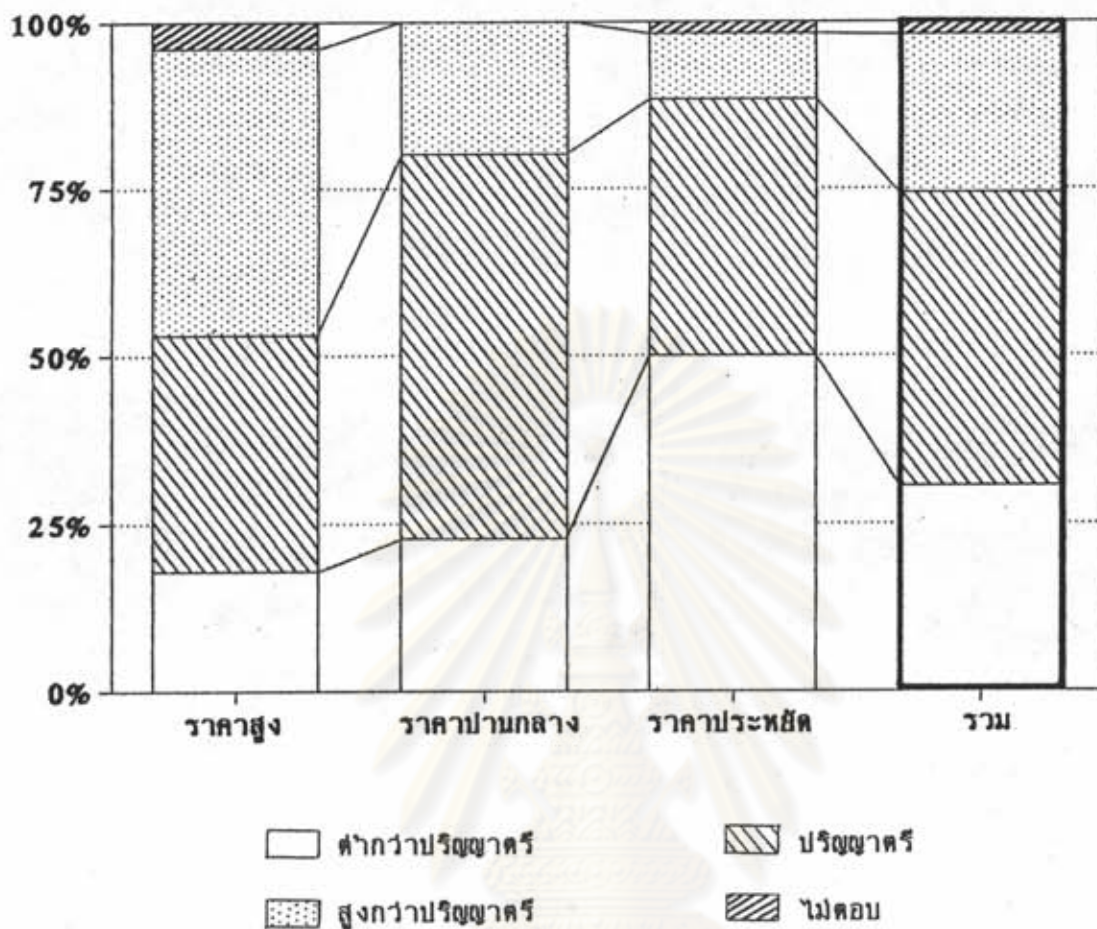
กราฟที่ 2 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจำแนกตามอายุ



อายุ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมที่มีอายุตั้งแต่ 25-29 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 25.6 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 30-34 ปี มีร้อยละ 20.3 อันดับต่อมาคือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 35-39 ปี ผู้มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ผู้มีอายุตั้งแต่ 40-44 ปี ผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 45-50 ปี ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามระดับราคาของคอนโดมิเนียม พบว่าระดับราคาสูงมีกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 25-29 ปี อยู่อาศัยมากที่สุด และกลุ่มที่อยู่อาศัยน้อยที่สุด คือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 30-34 ปี ส่วนระดับราคาปานกลาง กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มอายุ 25-29 ปี เช่นกัน กลุ่มที่มีน้อยที่สุดคือช่วงอายุ 45-50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน ส่วนระดับราคาประหยัด กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือผู้ที่มีอายุ 30-34 ปี กลุ่มที่น้อยที่สุดคือผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 45-50 ปีเลย

กราฟที่ 3 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจำแนกตามระดับการศึกษา

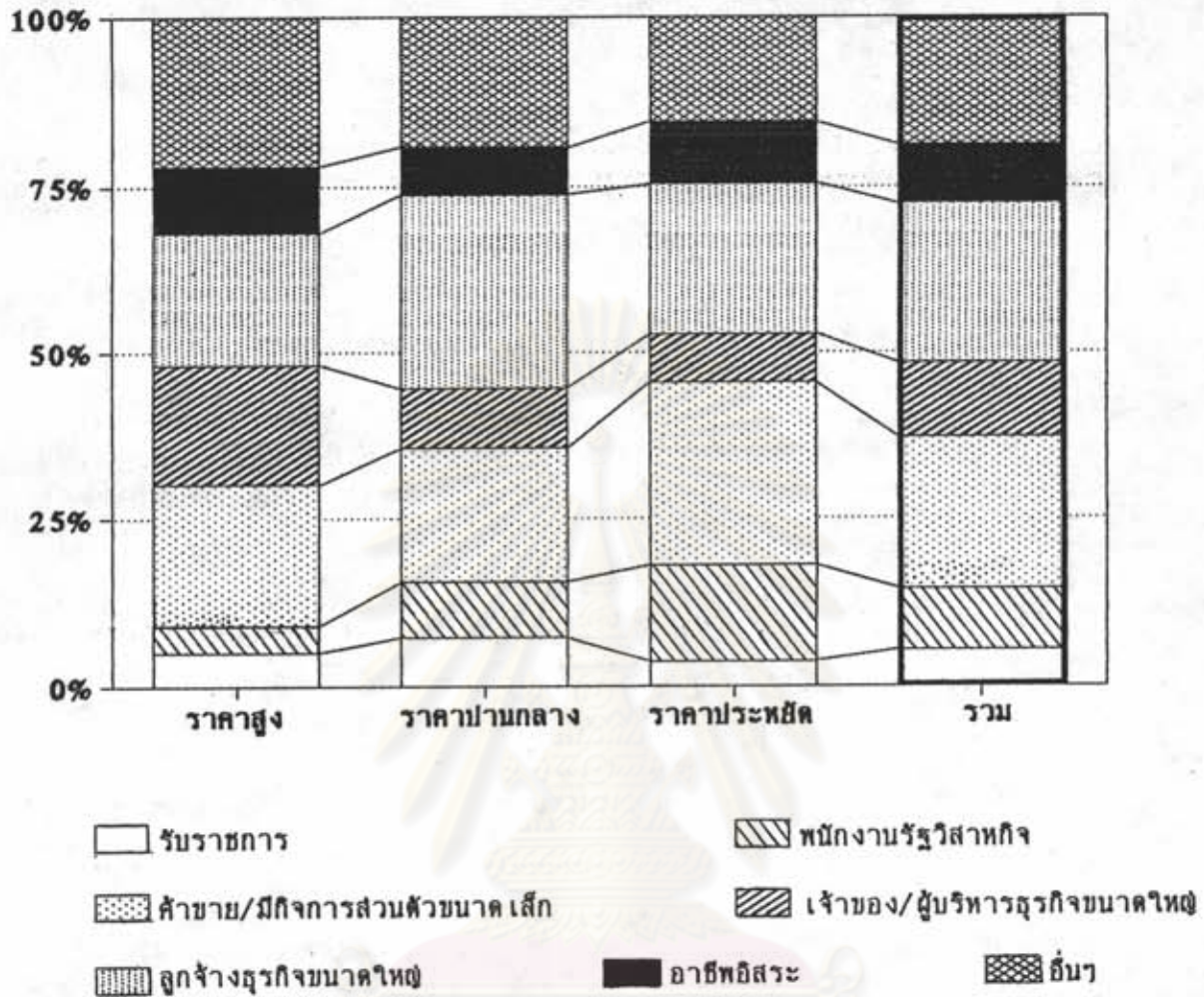


การศึกษา กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีการศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุด

คือร้อยละ 43.8 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าประถมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 30.6 และอันดับสุดท้ายคือระดับสูงกว่าประถมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 23.8

เมื่อพิจารณาตามระดับราคาของคอนโดมิเนียม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน คือกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าประถมศึกษา กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา และกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าประถมศึกษา

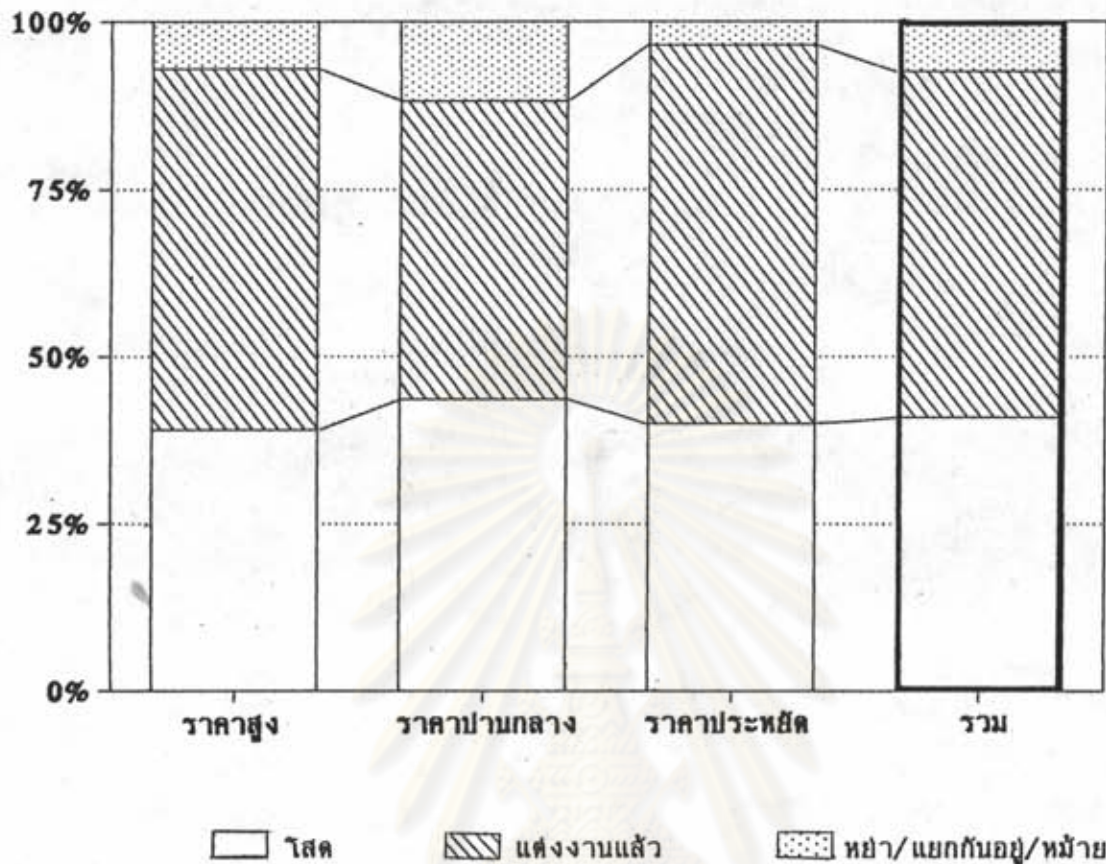
กราฟที่ 4 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจำแนกตามอาชีพ



อาชีพ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยจำนวนสูงสุด ซึ่งมีประมาณ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจขนาดใหญ่ รองลงมาคือค้าขายหรือมีกิจการส่วนตัวขนาดเล็ก (ร้อยละ 22.8) ข้าราชการเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมน้อยที่สุด (ร้อยละ 5.3)

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงที่มีจำนวนมากสองอันดับแรก คือผู้ประกอบการค้าขายหรือมีกิจการส่วนตัวขนาดเล็ก และลูกจ้างธุรกิจขนาดใหญ่ ตามลำดับ กลุ่มอาชีพที่มีน้อยที่สุด คือ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางที่มีเป็นจำนวนมาก คือ ลูกจ้างธุรกิจขนาดใหญ่ และ ค้าขายหรือมีกิจการส่วนตัวขนาดเล็ก ตามลำดับ กลุ่มที่มีน้อยที่สุดคือข้าราชการและผู้ประกอบอาชีพอิสระ ส่วนคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าขายหรือมีกิจการส่วนตัวขนาดเล็ก เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นลูกจ้างธุรกิจขนาดใหญ่ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ข้าราชการ

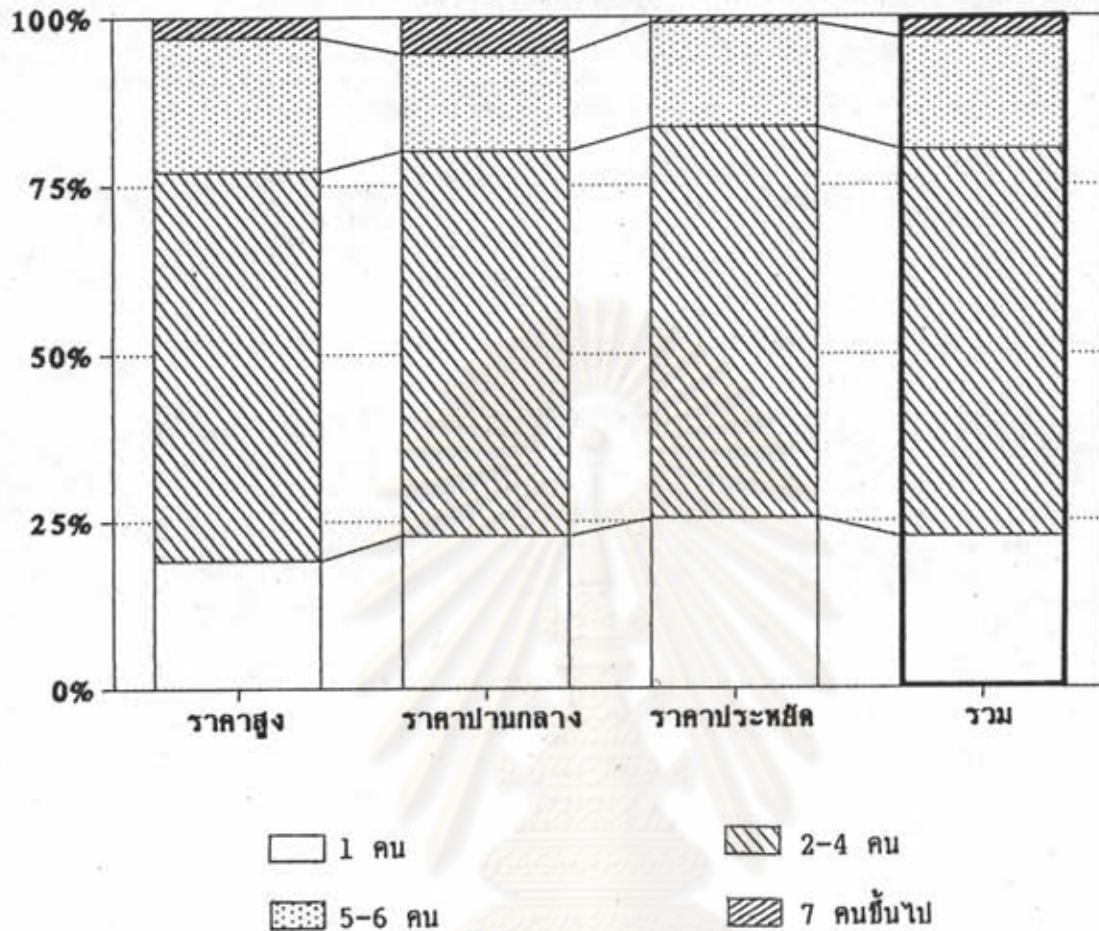
กราฟที่ 5 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว



สถานภาพทางครอบครัว กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากกว่าครึ่งหนึ่งเล็กน้อย เป็นผู้แต่งงานแล้ว ผู้ที่เป็นโสด มีประมาณ 2 ใน 5 ส่วนที่เหลือจำนวนเล็กน้อย คือ ผู้ที่มีสถานภาพทางครอบครัวที่หย่าร้าง แยกกันอยู่ หรือเป็นหม้าย

สถานภาพทางครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมทั้ง 3 ระดับราคามีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยในกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคากลาง มีผู้ที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่ยหย่าร้าง แยกกันอยู่ หรือเป็นหม้าย เป็นจำนวนมากกว่าคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง และระดับราคาประหยัด และกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดประกอบด้วย ผู้ที่แต่งงานแล้ว เป็นจำนวนมากกว่าคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงและระดับราคากลาง

กราฟที่ 6 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว



จำนวนสมาชิกในครอบครัว กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเกือบ 3 ใน 5

(ร้อยละ 58) เป็นครอบครัวขนาดสมาชิก 2-4 คน รองลงมาคือครอบครัวที่มีสมาชิก 1 คน

และสมาชิก 5-6 คน ตามลำดับ (ร้อยละ 23, ร้อยละ 17) ครอบครัวที่มีสมาชิกครอบครัวละ 7 คน

ขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 3 ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีครอบครัวขนาดสมาชิก 2-4 คน เหมือนกันทั้ง 3 ระดับราคา โดยกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมีผู้ที่มีสมาชิกครอบครัว

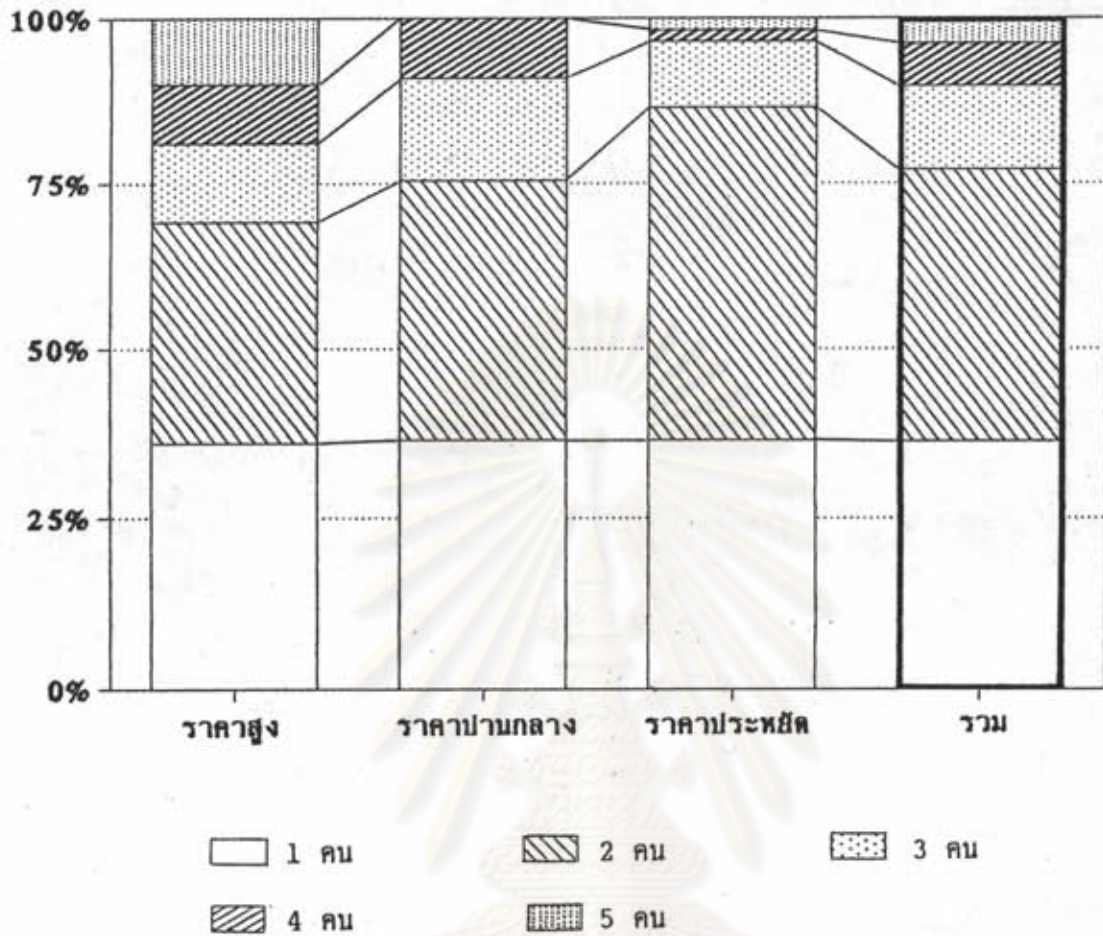
5-6 คน เป็นจำนวนมากว่ากลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาอื่น กลุ่มตัวอย่างจากคอนโด

มิเนียมระดับราคาปานกลาง เป็นผู้ที่มีครอบครัวขนาดสมาชิก 7 คนขึ้นไป เป็นจำนวนมากว่ากลุ่ม

ตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาอื่น และกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด

เป็นผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัว 1 คน เป็นจำนวนมากว่ากลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาอื่น

กราฟที่ 7 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีรายได้

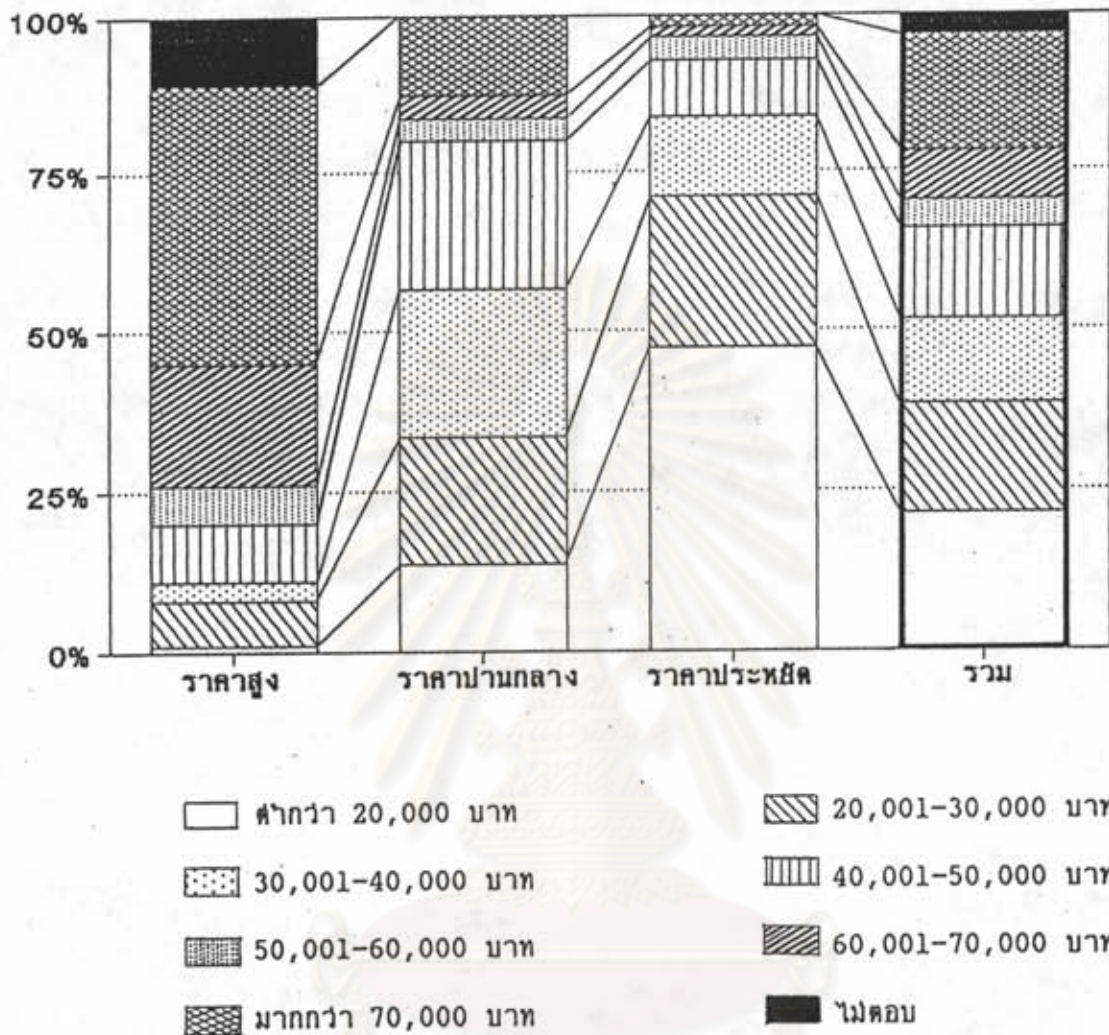


จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีรายได้ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมที่มีจำนวนสูงสุด คือผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวที่มีรายได้ 2 คน มีร้อยละ 40.9 รองลงมา คือ ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกที่มีรายได้ 1 คน มีร้อยละ 36.6 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกที่มีรายได้ 5 คน มีร้อยละ 3.8 ส่วนผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีรายได้ 6 คนขึ้นไปไม่มี

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง มากที่สุด คือ ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีรายได้ 1 คน รองลงมาในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือผู้ที่มีจำนวนสมาชิกที่มีรายได้ 2 คน กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือผู้ที่มีจำนวนสมาชิกที่มีรายได้ 4 คนและ 5 คน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและประหยัด มีลักษณะข้อมูลคล้ายกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุด คือ กลุ่มผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีรายได้จำนวน 2 คน รองลงมาคือมีสมาชิกในครอบครัวที่มีรายได้ 1 คน และกลุ่มที่น้อยที่สุด คือผู้ที่มีสมาชิกที่มีรายได้ 4 คน แต่กลุ่มคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดมีผู้ที่มีสมาชิกที่มีรายได้ 5 คน เป็นจำนวนน้อยที่สุดด้วย

กราฟที่ 8 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามรายได้ครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน



รายได้ครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เป็นผู้มีรายได้ครอบครัวต่ำกว่า 20,000 บาท มากที่สุดคือร้อยละ 21.3 รองลงมาคือผู้มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 70,000 บาท (ร้อยละ 18.7) กลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยที่สุด คือผู้มีรายได้ครอบครัว 50,001-60,000 บาท (ร้อยละ 4.4)

เมื่อพิจารณาแยกตามระดับราคา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงส่วนใหญ่ เป็นผู้มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 70,000 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางส่วนใหญ่ เป็นผู้มีรายได้ครอบครัวอยู่ในช่วงตั้งแต่ 20,001-50,000 บาท สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดนั้น ส่วนใหญ่จะมีรายได้ครอบครัวต่ำกว่า 20,000 บาท

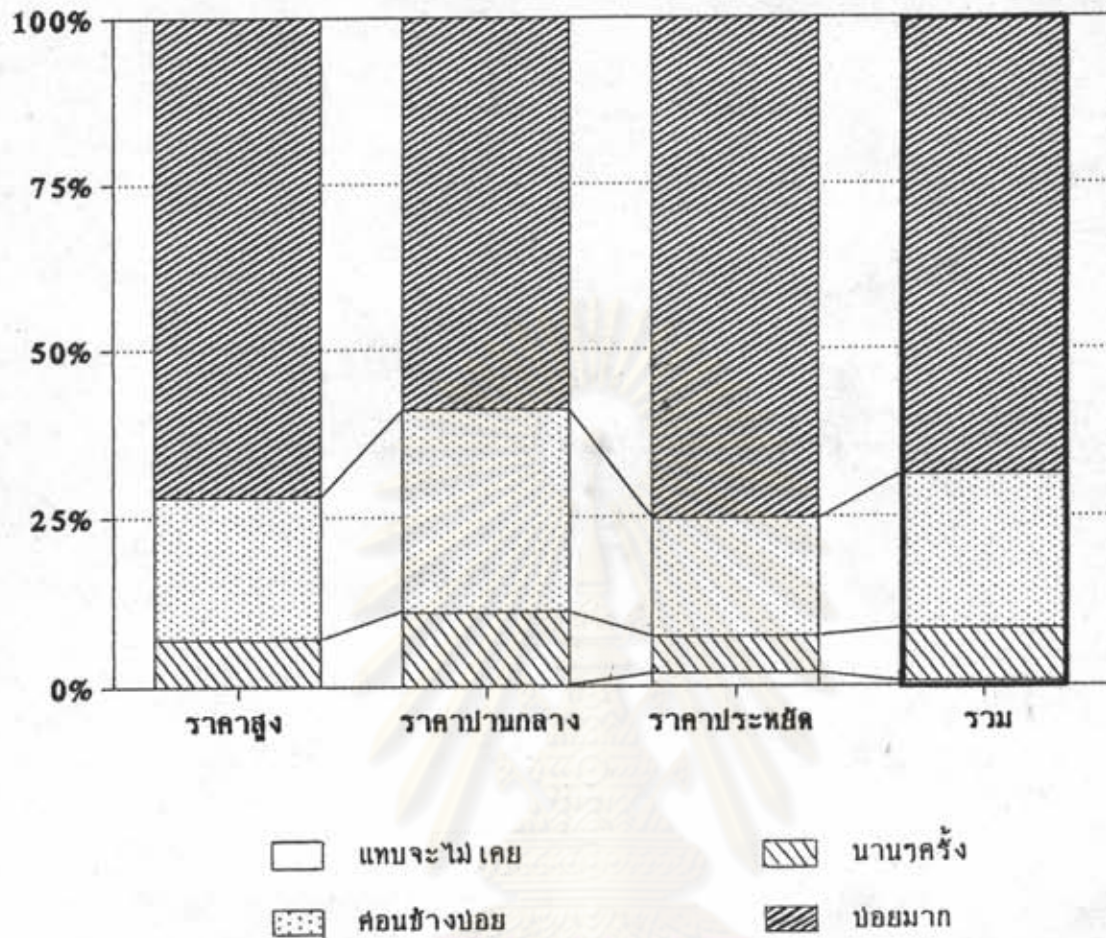
2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในคอนโดมิเนียม

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในคอนโดมิเนียม ผู้วิจัย วัตถุประสงค์จากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารภาพยนตร์ ความบ่อยครั้งในการทบทวนสื่อสารกับบุคคลอื่น ความบ่อยครั้งในการมีส่วนร่วมใน กิจกรรมทางสังคม ความบ่อยครั้งในการเป็นผู้นำทางความคิด ความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสาร เกี่ยวกับนวัตกรรม ความบ่อยครั้งในการติดต่อกับสังคมภายนอก นอกจากนี้ยังมีผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับ ประเภทของข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างชอบเปิดรับ และรูปแบบการใช้ชีวิต(Life Style)ในยามว่าง เพื่อเป็นการนำเสนอให้ทราบรายละเอียดของพฤติกรรมการสื่อสารให้ชัดเจนยิ่งขึ้นด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กราฟที่ 9 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

จำแนกตามการเปิดรับสื่อโทรทัศน์



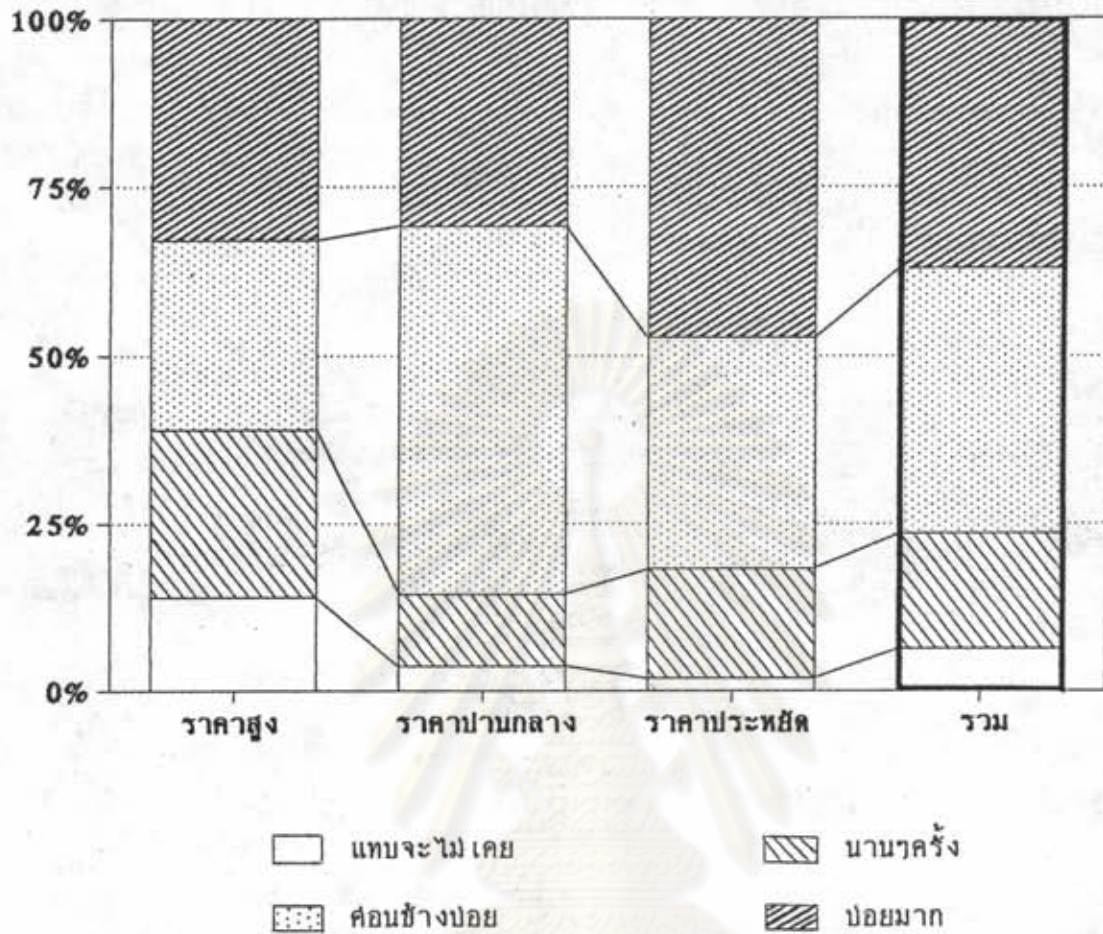
การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากกว่า 2 ใน 3

ดูโทรทัศน์บ่อยมาก และเกือบ 1 ใน 4 ดูโทรทัศน์ค่อนข้างบ่อย ผู้ที่แทบจะไม่เคยดูโทรทัศน์เลยมีเพียงร้อยละ 0.6 เท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมทั้งสามระดับราคา มีความบ่อยครั้งในการดูโทรทัศน์คล้ายกัน คือ ส่วนใหญ่ดูบ่อยมาก รองลงไปเป็นค่อนข้างบ่อย และ บ่อยครั้ง ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง และราคาปานกลาง ไม่มีจำนวนผู้ที่แทบจะไม่เคยดูเลย

กราฟที่ 10 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

จำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยุ

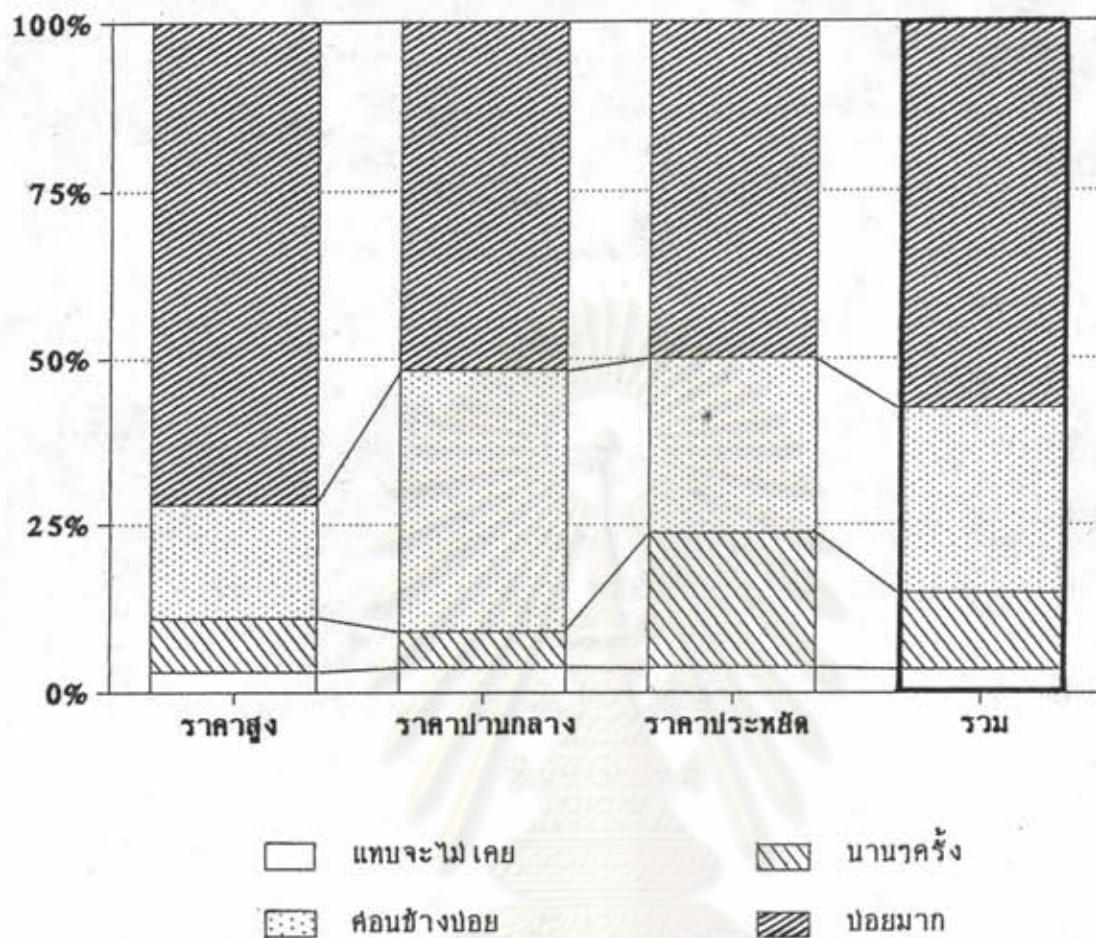


การเปิดรับสื่อวิทยุ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมประมาณ 2 ใน 5 ฟังวิทยุ

ค่อนข้างบ่อย รองลงมาในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ ฟังบ่อยมาก (ร้อยละ 37.2) รองลงไป คือ ฟังปานกลาง (ร้อยละ 17.2) และแทบจะไม่เคยฟังเลย (ร้อยละ 6.3) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง และ ราคาประหยัด ฟังวิทยุบ่อยกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดมีจำนวนผู้ที่ฟังวิทยุบ่อยมาก เป็นจำนวนสูงที่สุดถึงเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างในประเภทดังกล่าว และกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง มีจำนวนผู้ที่แทบจะไม่เคยฟังวิทยุเลย เป็นจำนวนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง และ ราคาประหยัด

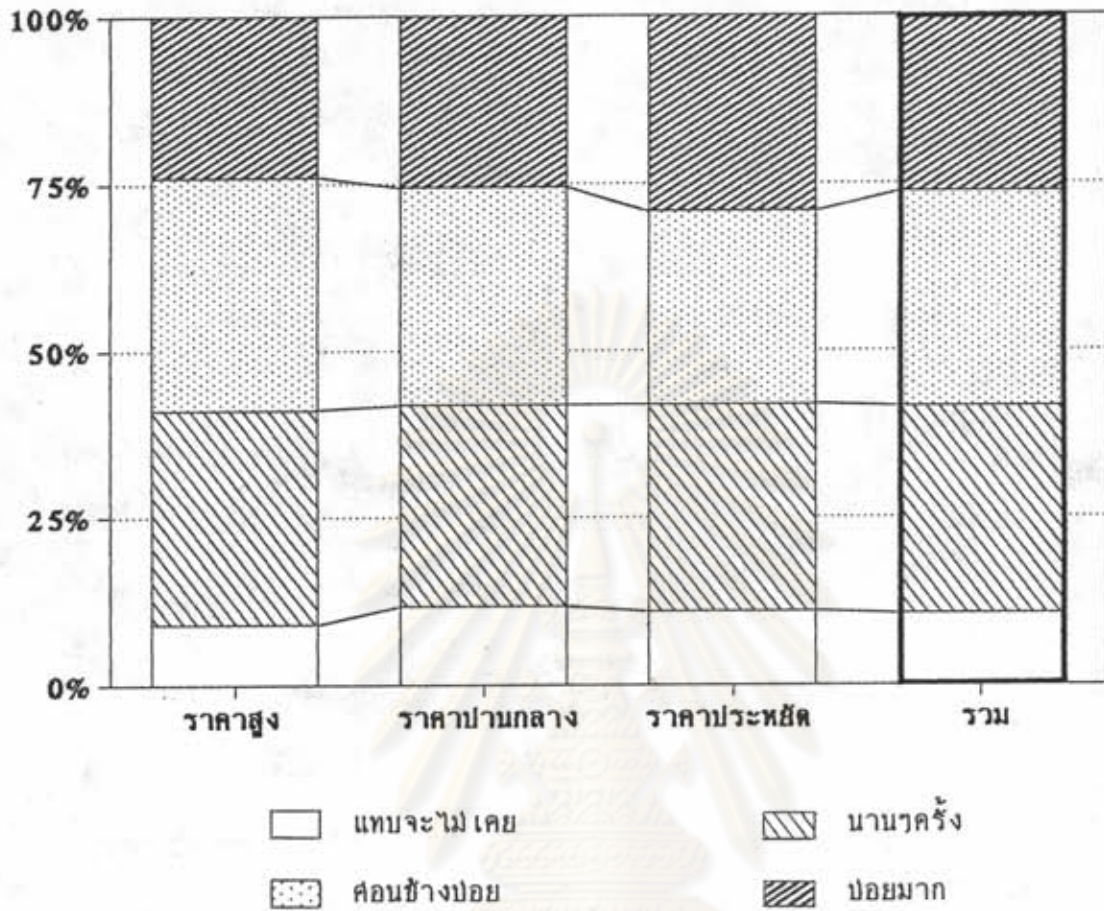
กราฟที่ 11 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อาศัยในคอนโดเนียม
จำแนกตามการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์



การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างผู้อาศัยในคอนโดมิเนียม เกือบ 3 ใน 5 อ่านหนังสือพิมพ์บ่อยมาก และเกือบ 1 ใน 3 อ่านค่อนข้างบ่อย รองลงไปคือ อ่านนานๆครั้ง (ร้อยละ 11.3) และแทบจะไม่เคยอ่าน (ร้อยละ 3.4) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.0) อ่านหนังสือพิมพ์บ่อยมาก ผู้ที่แทบจะไม่เคยอ่านเลยมีเพียงร้อยละ 3.0 กลุ่มตัวอย่างผู้อาศัยในคอนโดมิเนียมทั้งสามระดับราคา มีความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์คล้ายคลึงกัน คือ อ่านบ่อยมาก เป็นจำนวนสูงสุด รองลงมาคือ ค่อนข้างบ่อย นานๆครั้ง และแทบจะไม่เคย ตามลำดับ

กราฟที่ 12 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามการ เปิดรับสื่อ นิตยสาร

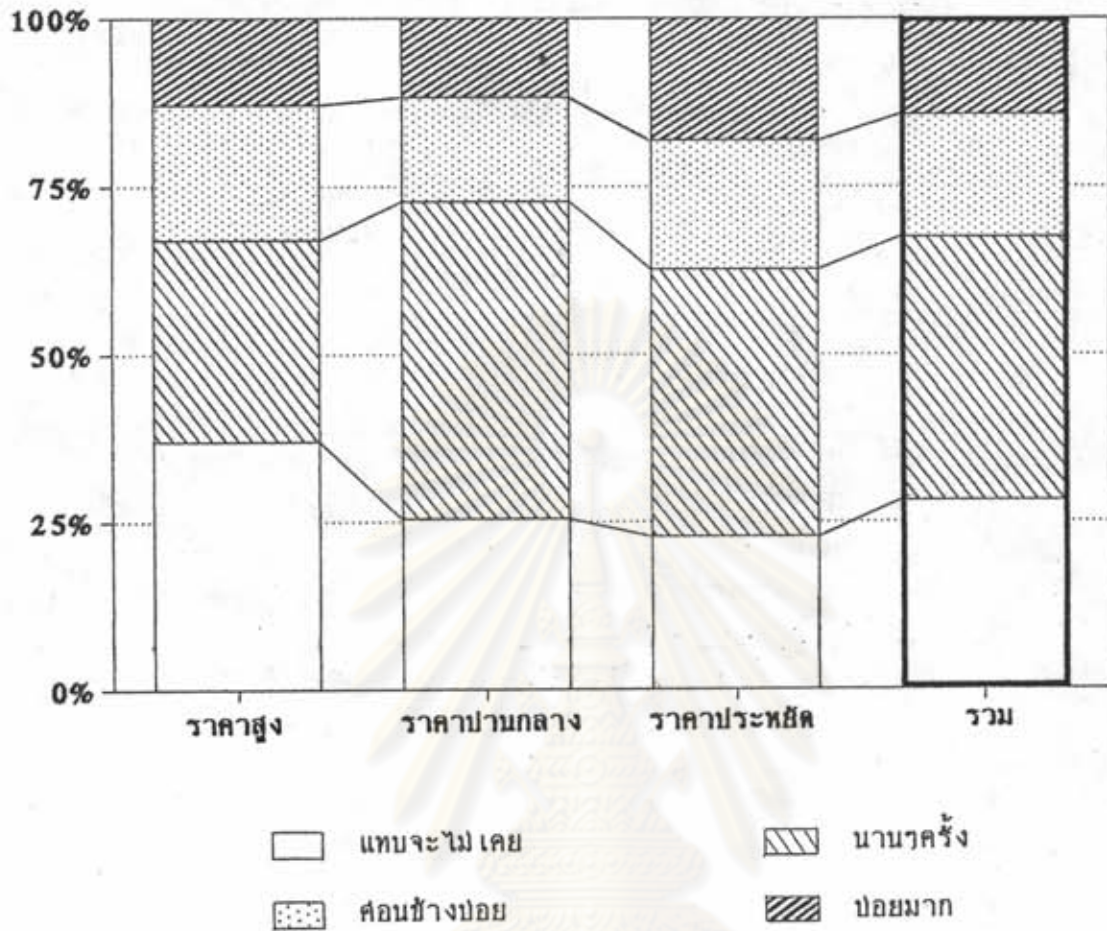


การเปิดรับสื่อ นิตยสาร กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารในคอนโดมิเนียมอ่านนิตยสารค่อนข้างบ่อย (ร้อยละ 32.2) และ นานๆครั้ง (ร้อยละ 30.9) ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ผู้ที่อ่านนิตยสารบ่อยมาก มีเพียงประมาณ 1 ใน 4

เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มผู้ที่อ่านนิตยสารบ่อยมาก พบว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด เป็นจำนวนสูงที่สุด รองลงมาคือระดับราคาปานกลาง และอันดับสุดท้ายคือ กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง

ในกลุ่มของผู้ที่อ่านนิตยสารค่อนข้างบ่อย เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมากกว่าระดับราคาปานกลาง และเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางมากกว่าระดับราคาประหยัด ในกลุ่มของผู้อ่านนานๆครั้ง และบ่อยมาก มีแนวโน้มเหมือนกัน คือ มีจำนวนการ เปิดรับใกล้เคียงกัน

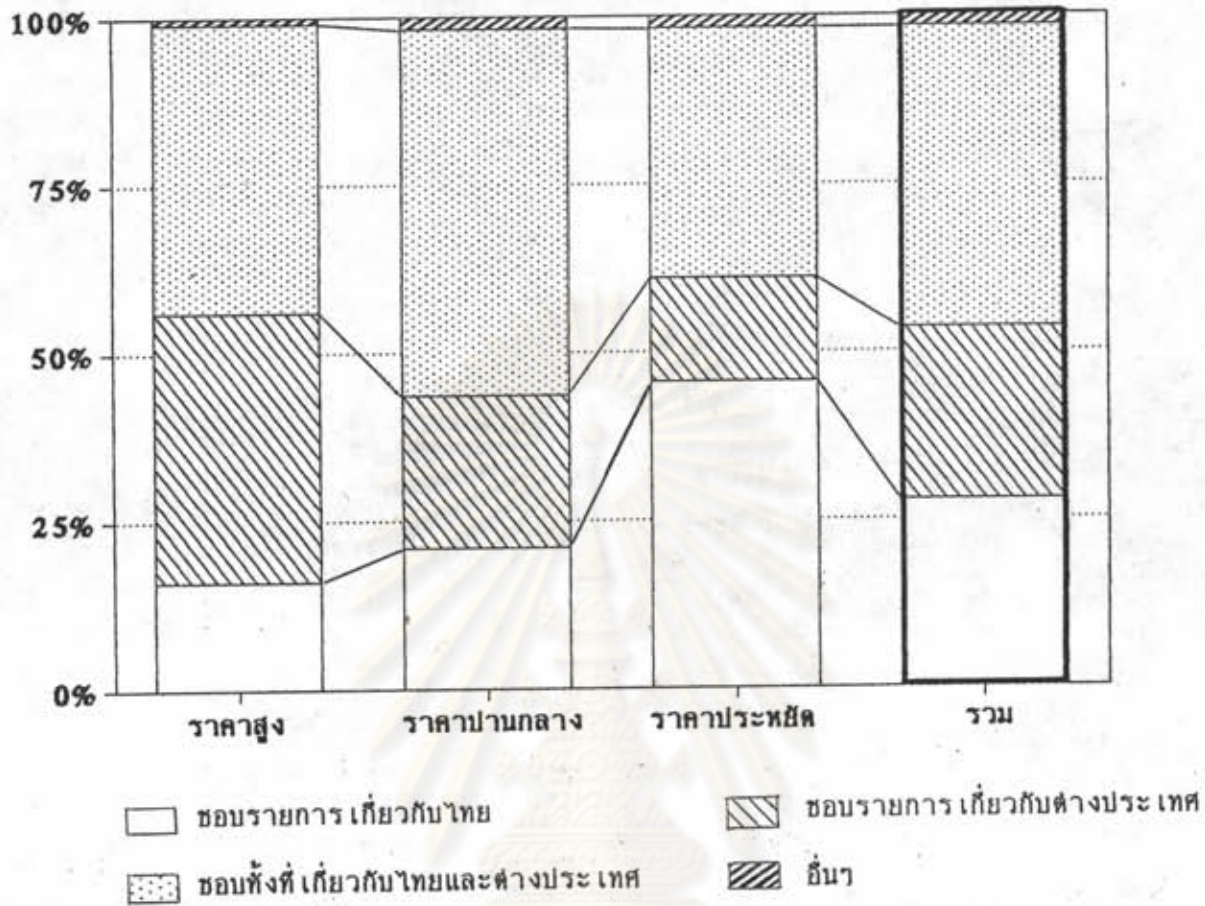
กราฟที่ 13 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามการเปิดรับสื่อภาพยนตร์.



การเปิดรับสื่อภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่เปิดรับสื่อภาพยนตร์น้อยมาก คือ ประมาณ 2 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่าง ชมภาพยนตร์นานทุกครั้ง และมากกว่า 1 ใน 4 แทบจะไม่เคยชมภาพยนตร์เลย

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงส่วนใหญ่ (ร้อยละ 37.0) แทบจะไม่เคยชมภาพยนตร์เลย ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.3) ชมภาพยนตร์นานทุกครั้ง และ เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์บ่อยมาก พบว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด เป็นจำนวนสูงที่สุด ซึ่งแนวโน้มของความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ สามารถเรียงลำดับจากน้อยไปมากตามระดับราคาคอนโดมิเนียม ดังนี้ ราคาปานกลาง ราคาสูง ราคาประหยัด (พิสัย 73-62)

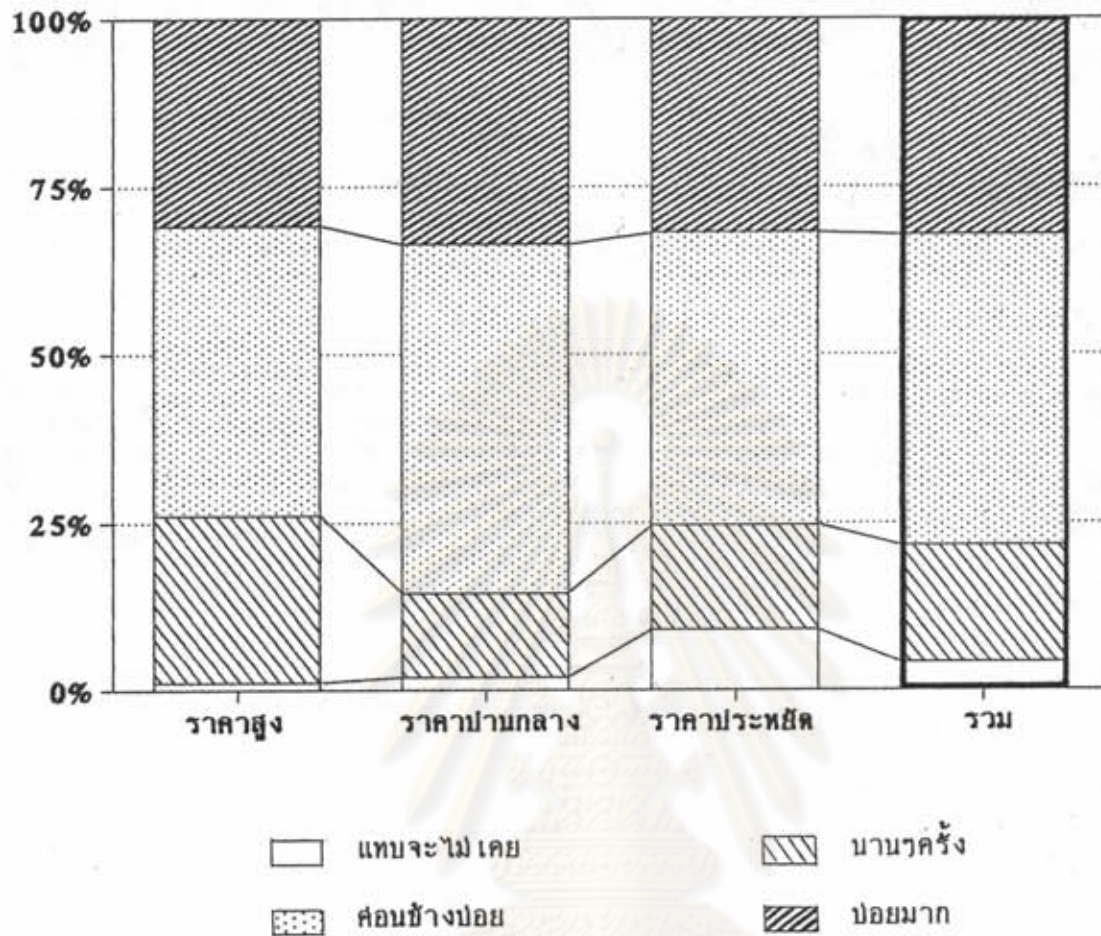
กราฟที่ 14 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามประเภทของรายการที่ชอบเปิดรับ



ประเภทรายการที่ชอบเปิดรับ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ (ร้อยละ 45.0) ชอบรายการที่เกี่ยวกับไทยและต่างประเทศเท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ชอบรายการเกี่ยวกับไทยมากกว่า (ร้อยละ 27.8) และที่ชอบรายการที่เกี่ยวกับต่างประเทศมากกว่า (ร้อยละ 25.6) มีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนที่เหลืออีกเล็กน้อยคือผู้ที่ชอบรายการที่ดีจะเกี่ยวกับไทยหรือต่างประเทศก็ได้

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงจำนวน 2 ใน 5 ชอบรายการที่เกี่ยวกับต่างประเทศมากกว่า กลุ่มอื่นรองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง และระดับราคาประหยัด ตามลำดับ กลุ่มที่ชอบรายการเกี่ยวกับไทยและต่างประเทศเท่ากันเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือระดับราคาสูง และระดับราคาประหยัด ตามลำดับ ส่วนแนวโน้มของผู้ที่ชอบเกี่ยวกับไทยมากกว่าเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ระดับราคาปานกลาง และระดับราคาสูง ตามลำดับ

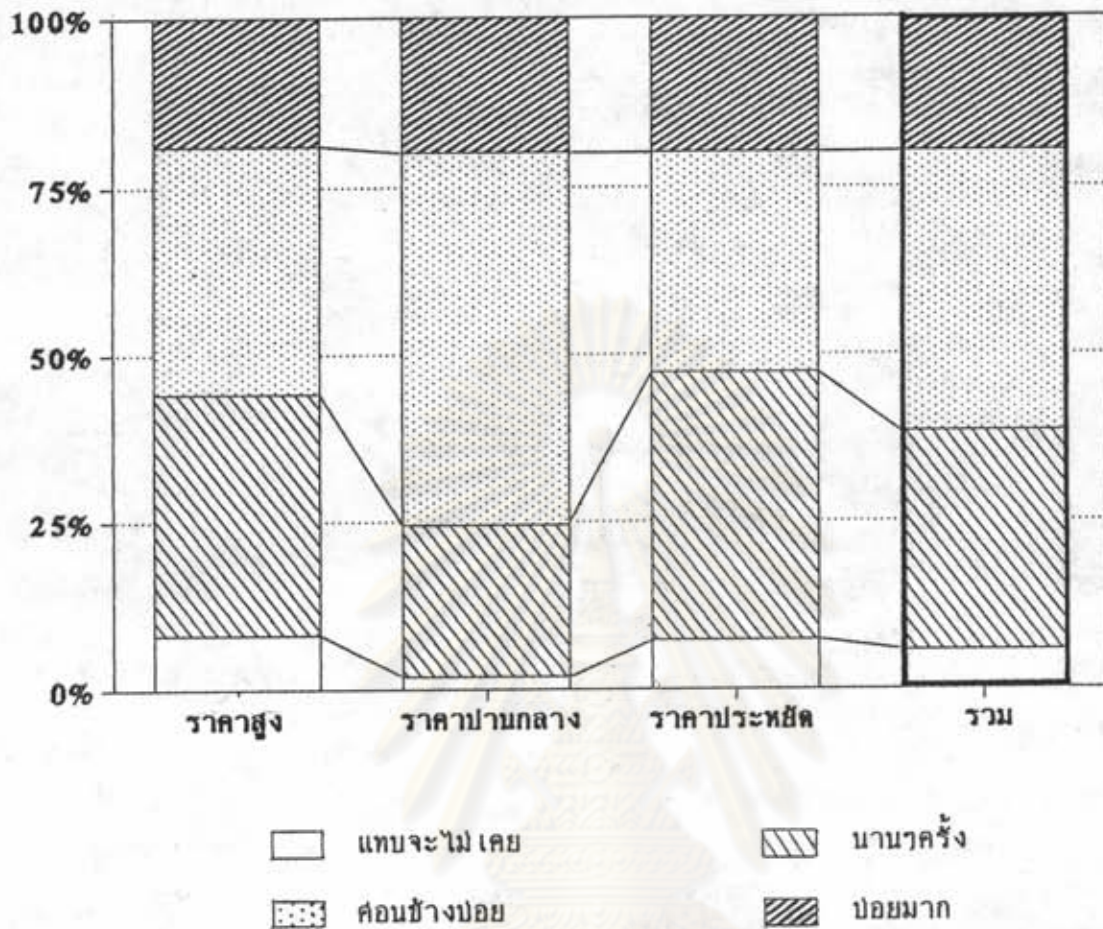
กราฟที่ 15 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามการพบปะสื่อสารกับบุคคลอื่น



การพบปะสื่อสารกับบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ (ร้อยละ 46.3) มีการพบปะสื่อสารกับบุคคลอื่นค่อนข้างบ่อย อันดับรองลงมา มีจำนวนเกือบ 1 ใน 3 คือผู้ที่พบปะสื่อสารกับบุคคลอื่นบ่อยมาก กลุ่มตัวอย่างที่เหลืออีกประมาณ 2 ใน 5 เป็นผู้ที่มีการพบปะสื่อสารกับบุคคลอื่น นานครั้ง และแทบจะไม่เคยเลย

ในกลุ่มผู้ที่มีการพบปะสื่อสารบ่อยมาก และค่อนข้างบ่อย เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด กลุ่มผู้ที่มีการพบปะสื่อสารนานครั้ง เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงเป็นจำนวนมากที่สุด และกลุ่มผู้ที่แทบจะไม่เคยพบปะสื่อสารเลย เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดเป็นจำนวนมากที่สุด

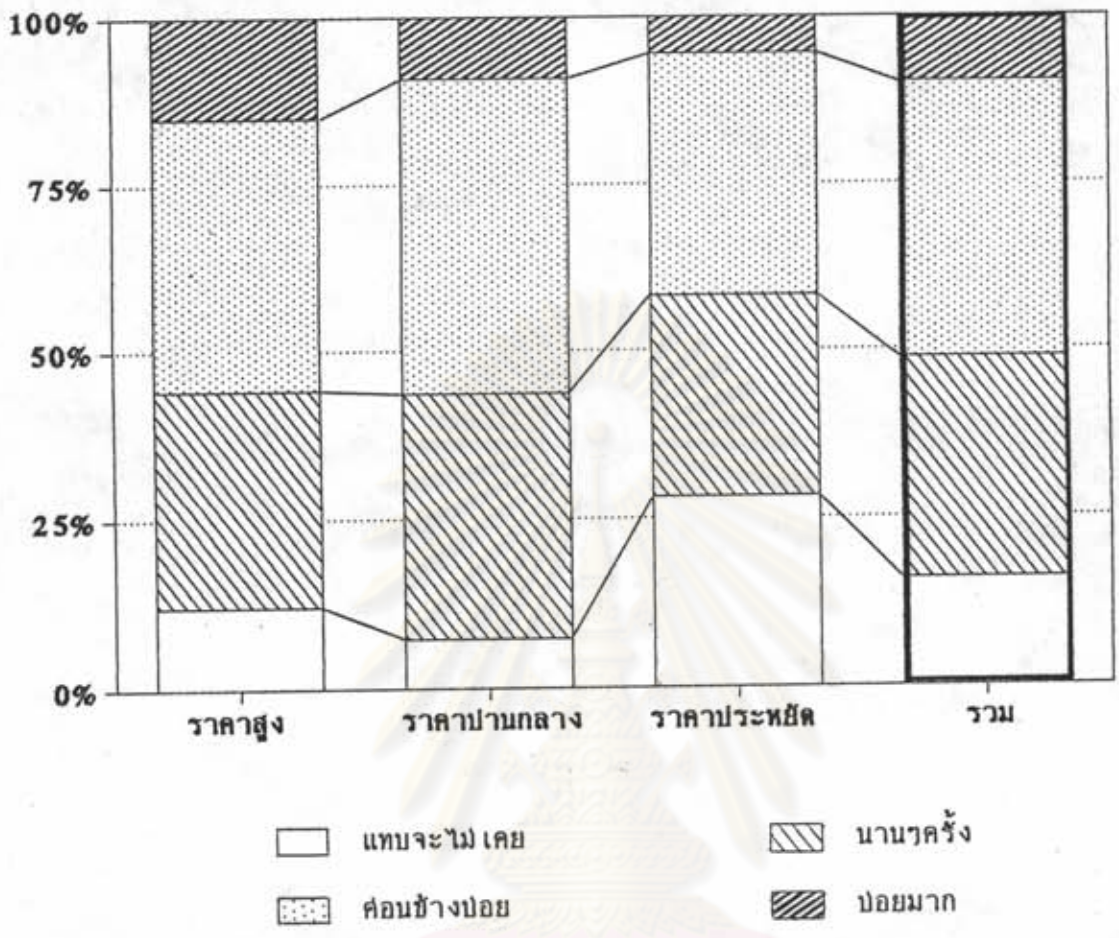
กราฟที่ 16 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม



การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากกว่า 2 ใน 5 มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมค่อนข้างบ่อย เกือบ 1 ใน 3 มีส่วนร่วมนานๆครั้ง และ 1 ใน 5 มีส่วนร่วมบ่อยมาก ผู้ที่แทบจะไม่เคยมีส่วนร่วมเลย มีเพียงร้อยละ 5.6

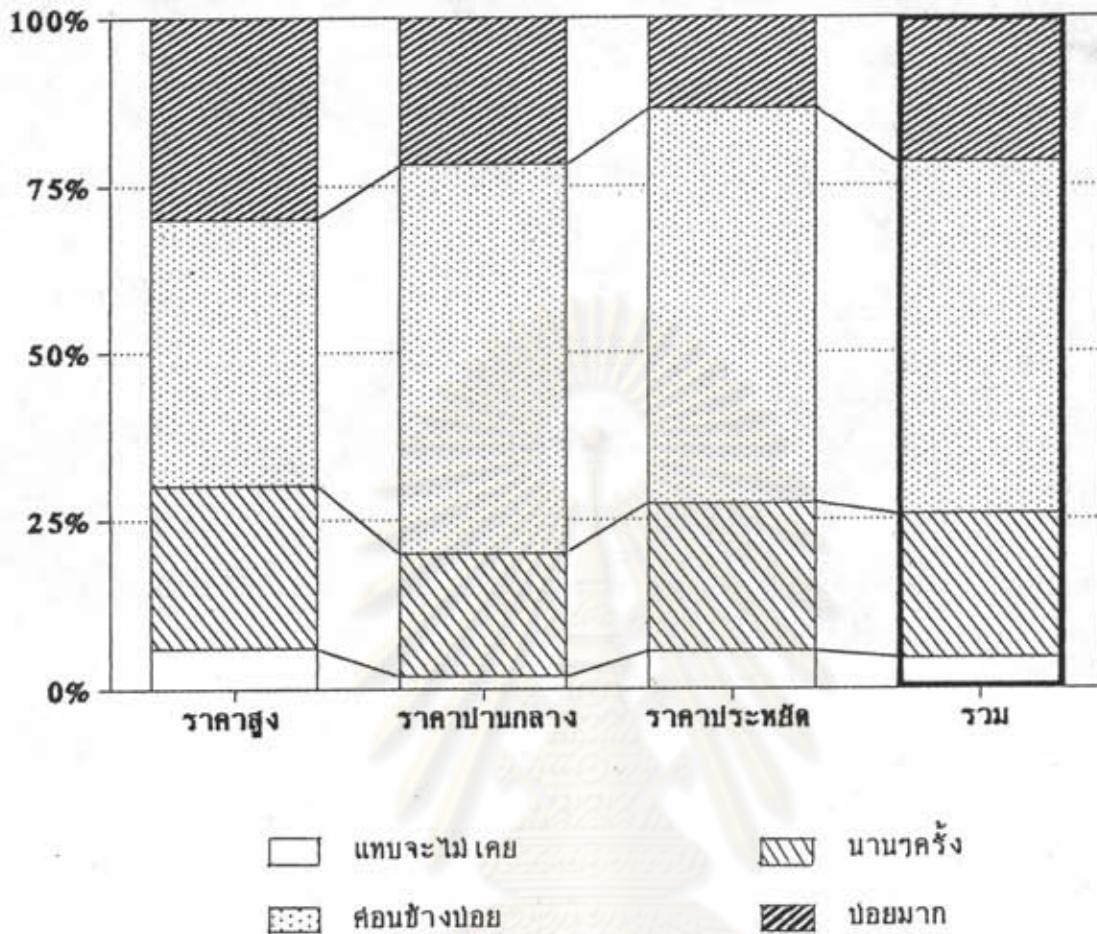
กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง มีผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมบ่อยมาก และ ค่อนข้างบ่อย เป็นจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงและราคาประหยัด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มหลังนี้ มีจำนวนร้อยละในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมค่อนข้างใกล้เคียงกัน

กราฟที่ 17 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามการ เป็นผู้นำทางความคิด



การเป็นผู้นำทางความคิด กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมที่เป็นผู้นำทางความคิดค่อนข้างบ่อยมีจำนวนมากที่สุดคือ 2 ใน 5 รองลงมา มีจำนวนประมาณ 1 ใน 3 คือผู้ที่ เป็นผู้นำทางความคิดนานๆครั้ง อันดับต่อมาคือ แทบจะไม่เคยเลย (ร้อยละ 15.9) และบ่อยมาก (ร้อยละ 9.7) ความเป็นผู้นำทางความคิดเห็นมีแนวโน้มสูงที่สุดในกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง และต่ำที่สุดในกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ที่มีนิสัยต่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ถึงร้อยละ 10 ซึ่งในกลุ่มผู้ที่ เป็นผู้นำทางความคิดบ่อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงและราคาปานกลาง

กราฟที่ 18 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรม

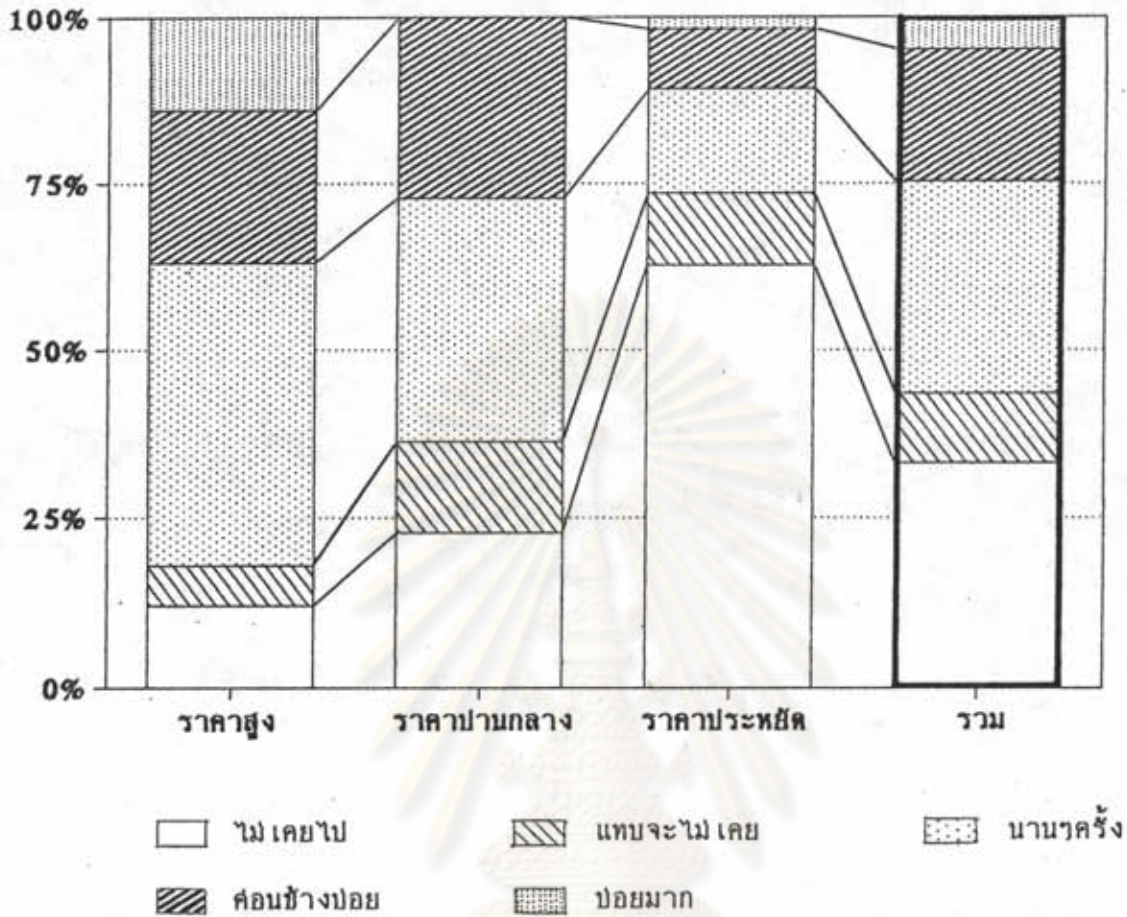


การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมค่อนข้างบ่อย สองอันดับรองลงมา มีจำนวนเท่ากันคือ บ่อยมาก และ นานาครั้ง มีจำนวนกลุ่มละ 1 ใน 5 และอันดับสุดท้ายคือแทบจะไม่เคยมีเพียงร้อยละ 4.4

แนวโน้มของการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมมีสูงที่สุดในกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง รองลงมาคือในกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด อันดับสุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง

กราฟที่ 19 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

จำแนกตามการติดต่อกับสังคมภายนอก

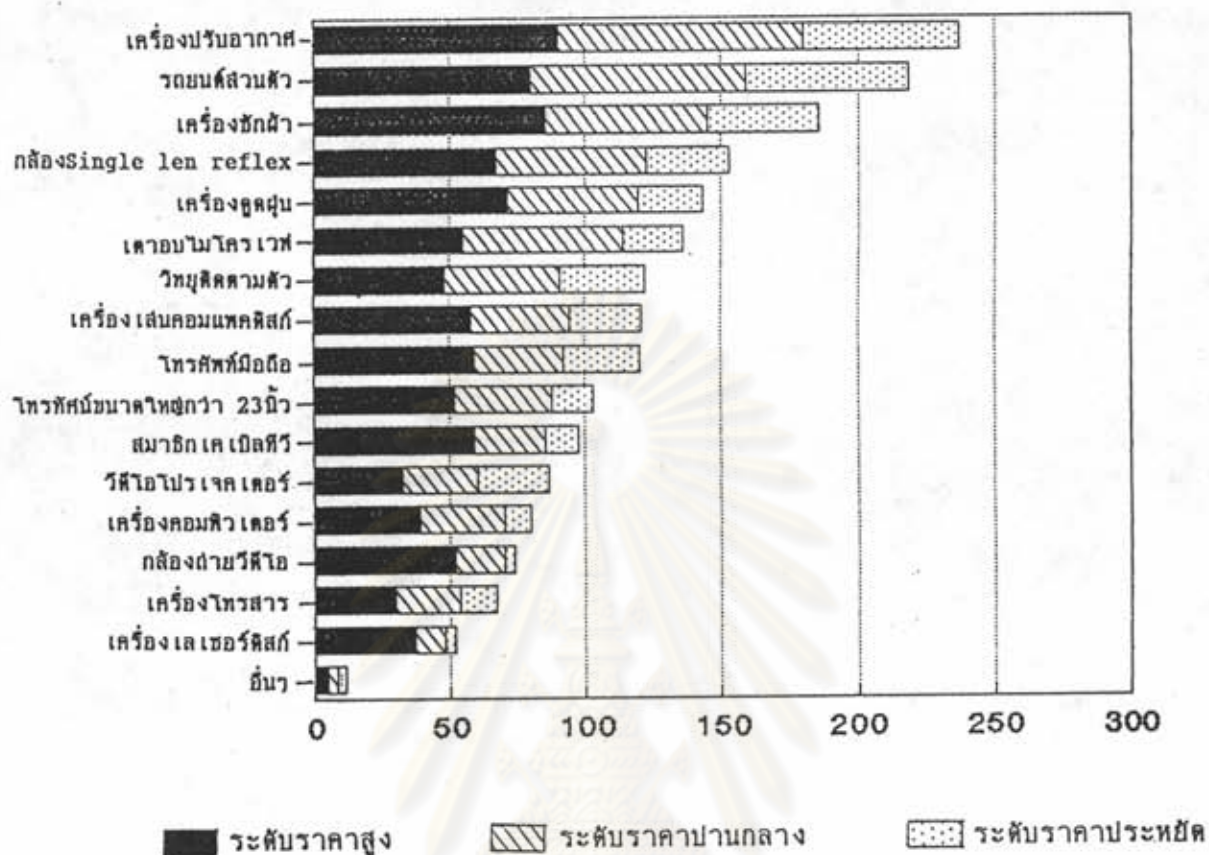


การติดต่อกับสังคมภายนอก กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจำนวน 1 ใน 3 เป็นผู้ที่ไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศ และเกือบ 1 ใน 3 ไปต่างประเทศนานครั้ง ผู้ที่ไปต่างประเทศค่อนข้างบ่อย และ บ่อยมาก มีเพียง 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงเกือบครึ่งหนึ่ง เป็นผู้ที่เดินทางไปต่างประเทศนานครั้ง และในกลุ่มของผู้ที่เดินทางไปต่างประเทศบ่อยมาก เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงเกือบทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางส่วนใหญ่เดินทางนานครั้ง และค่อนข้างบ่อย และมากกว่า 3 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ไม่เคยไปต่างประเทศเลย

กราฟที่ 20 แสดงจำนวนอุปกรณ์อ่านยวความสะควกที่ทันสมัย

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิ เนียมมีในครอบครอง



อุปกรณ์อ่านยวความสะควกที่ทันสมัยซึ่งมีในครอบครอง อุปกรณ์อ่านยวความสะควกที่กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิ เนียมมีในครอบครองมาก เป็นอันดับแรกๆ คือ อุปกรณ์ที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของสังคมเมือง ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ รถยนต์ส่วนตัว เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น เตาอบไมโครเวฟ เป็นต้น

เมื่อ เปรียบ เทียบตามระดับราคาของคอนโดมิ เนียม พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิ เนียมระดับราคาสูงมีอุปกรณ์ทุกประเภท เป็นจำนวนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิ เนียมระดับราคากลางมีอุปกรณ์ทุกประเภทจำนวนมาก เป็นอันดับสอง และกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิ เนียมระดับราคาประหยัดมีอุปกรณ์ทุกประเภท เป็นจำนวนน้อยที่สุด

ตารางแสดงกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมักทำ เมื่อมี เวลาว่าง

อันดับที่	กิจกรรม
1	ดูโทรทัศน์
2	ฟังวิทยุ
3	เล่นกีฬา หรือ ออกกำลังกาย
4	สังสรรค์กับเพื่อน
5	อ่านหนังสือ
6	ชมภาพยนตร์
7	ไปเดินห้างสรรพสินค้า
8	เที่ยวสถานเริงรมย์
9	อื่นๆ

กิจกรรมที่มักทำเมื่อมีเวลาว่าง*

จากตาราง พบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมักทำ 3 อันดับแรก เมื่อมีเวลาว่างคือ ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ และ เล่นกีฬาหรือออกก่าลังกาย แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะพบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมที่ระดับราคาต่างกัน ดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง
กิจกรรมที่มักทำ 3 อันดับแรก คือ ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ เล่นกีฬาหรือออกก่าลังกาย
- กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง
กิจกรรมที่มักทำ 3 อันดับแรก คือ ดูโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์ เล่นกีฬาหรือออกก่าลังกาย
- กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด
กิจกรรมที่มักทำ 3 อันดับแรก คือ ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ สังสรรค์กับเพื่อน

*ดูรายละเอียดเพิ่มเติมจากตารางที่ 20 ภาคผนวก ข

3. ผลการวิเคราะห์ความทันสมัยในระดับบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

ในการวิเคราะห์ความทันสมัยในระดับบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ผู้วิจัยวัดจากทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อเรื่องต่างๆ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นบุคลิกภาพด้านความทันสมัยในระดับบุคคล* โดยคัดแปลงจากทฤษฎีของอเล็กซ์ อินเคเลส (Alex Inkeles) บวกกับจำนวนอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัยซึ่งกลุ่มตัวอย่างหรือบุคคลในครอบครัวมีอยู่ในครอบครอง แล้วนำค่าคะแนนที่ได้จากการวัดดังกล่าวมาแบ่งกลุ่มผู้ตอบ เป็นผู้มีบุคลิกภาพด้านความทันสมัยในระดับบุคคล 5 ระดับ คือ

ระดับที่1 หมายถึง ผู้ตอบมีความทันสมัยในระดับบุคคลน้อยที่สุด

ระดับที่2 หมายถึง ผู้ตอบมีความทันสมัยในระดับบุคคลน้อย

ระดับที่3 หมายถึง ผู้ตอบมีความทันสมัยในระดับบุคคลปานกลาง

ระดับที่4 หมายถึง ผู้ตอบมีความทันสมัยในระดับบุคคลมาก

ระดับที่5 หมายถึง ผู้ตอบมีความทันสมัยในระดับบุคคลมากที่สุด

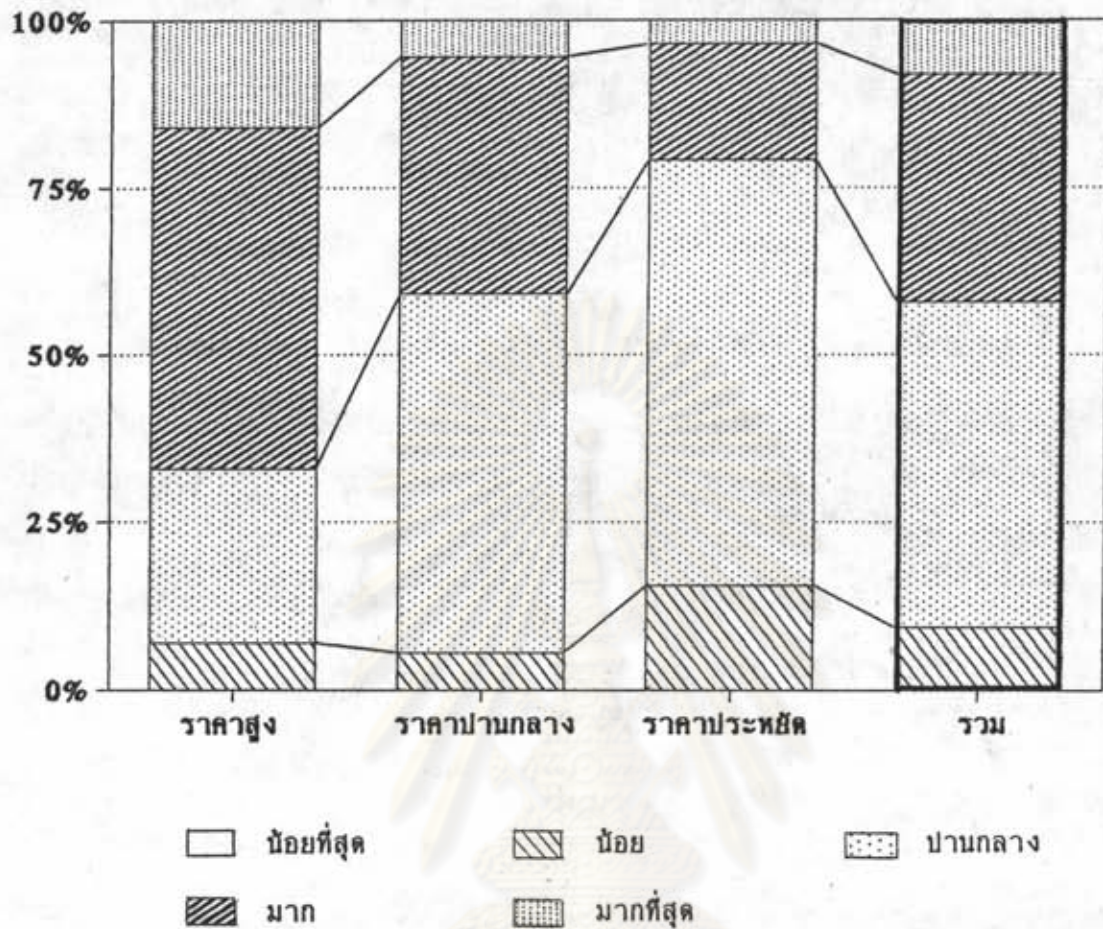
ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* ดูรายละเอียดเพิ่มเติมจากตารางที่ 21 ภาคผนวก ข

กราฟที่ 21 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

จำแนกตามระดับความทันสมัยในระดับบุคคล



ความทันสมัยในระดับบุคคล เกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม มีความทันสมัยในระดับปานกลาง มากกว่า 1 ใน 3 เป็นผู้ที่มีความทันสมัยมาก กลุ่มของผู้ที่มีความทันสมัยมากที่สุด มีเพียงร้อยละ 8 ซึ่งในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง

แนวโน้มของระดับความทันสมัย เรียงจากมากไปน้อย คือ กลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมีความทันสมัยมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด มีระดับความทันสมัยน้อยที่สุด

4. ผลการวิเคราะห์การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดเนียม

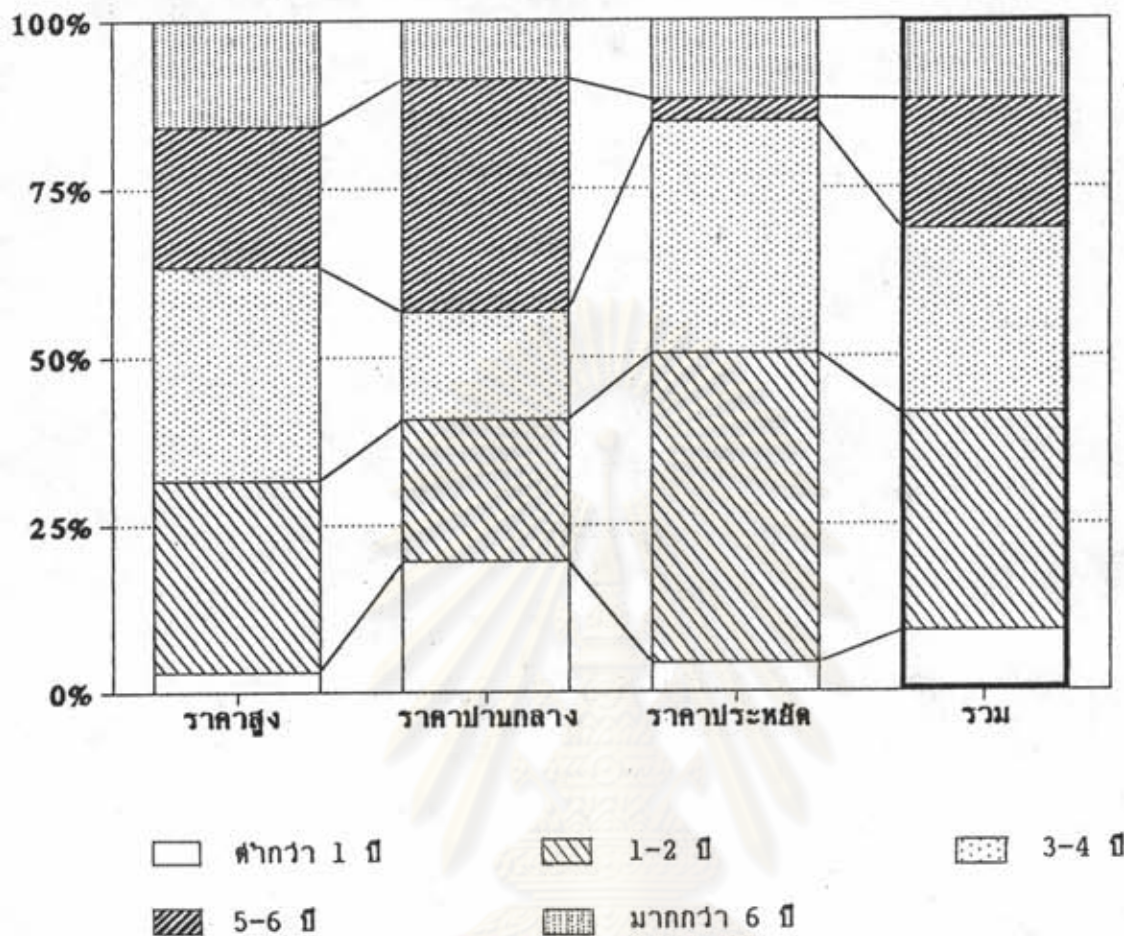
จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการอยู่อาศัยในคอนโดเนียม
ของชาวกรุงเทพมหานคร ดังข้อมูลที่น่าสนใจต่อไปนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กราฟที่ 22 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดเนียม

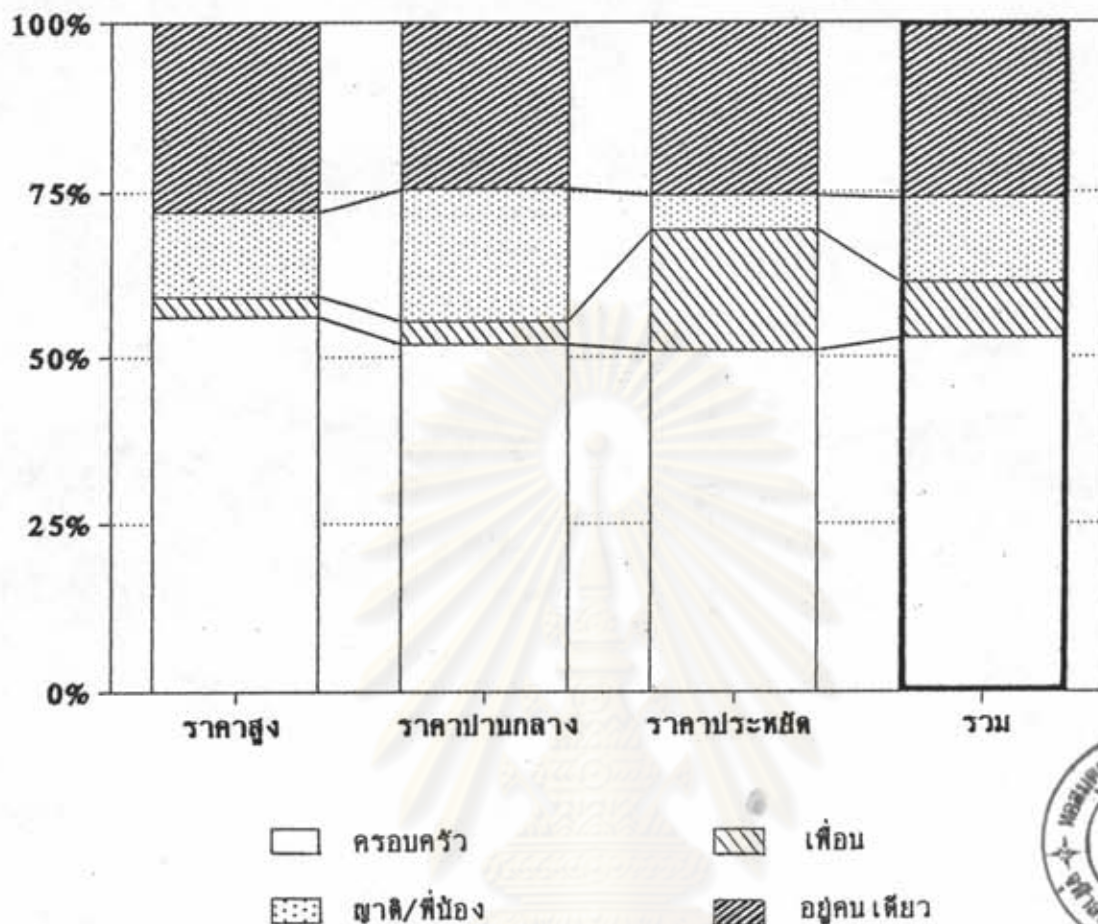
จำแนกตามระยะเวลาที่เข้าอยู่อาศัยในคอนโดเนียม



ระยะเวลาที่เข้าอยู่อาศัยในคอนโดเนียม กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดเนียมจำนวน 1 ใน 3 เข้าอยู่อาศัยในคอนโดเนียมเป็นเวลา 1-2 ปี มากกว่า 1 ใน 4 เป็นผู้เข้าอยู่อาศัยเป็นเวลา 3-4 ปี และ 1 ใน 5 เป็นผู้เข้าอยู่อาศัยเป็นเวลา 5-6 ปี

กลุ่มตัวอย่างจากคอนโดเนียมระดับราคาสูง ส่วนใหญ่คือเกือบ 1 ใน 3 เข้าอยู่อาศัยเป็นเวลา 3-4 ปี กลุ่มตัวอย่างจากคอนโดเนียมระดับราคาปานกลางส่วนใหญ่ (ร้อยละ 35.4) เข้าอยู่อาศัยเป็นเวลา 5-6 ปี ส่วนกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดเนียมระดับราคาประหยัด จำนวนครึ่งหนึ่งเป็นผู้เข้าอยู่อาศัยเป็นเวลา 1-2 ปี

กราฟที่ 23 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามความสัมพันธ์กับผู้อยู่อาศัยร่วมกัน

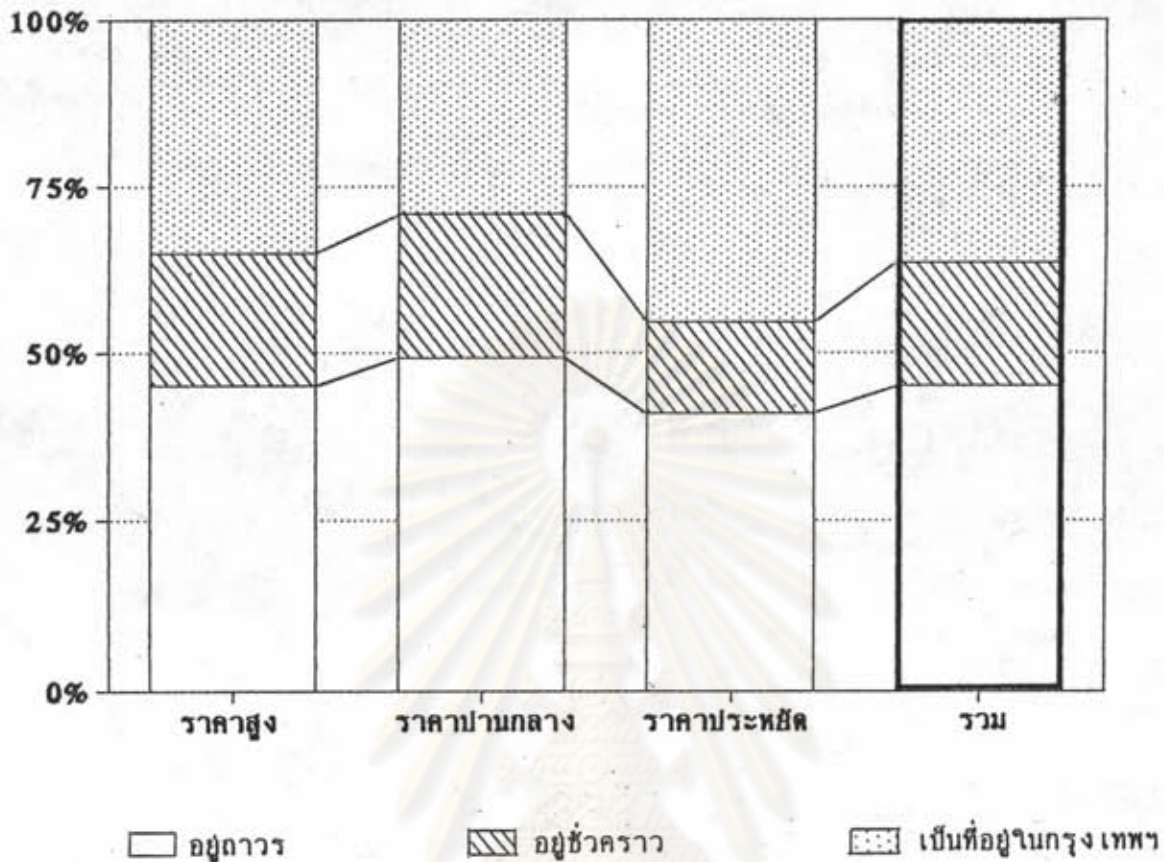


ประเภทความสัมพันธ์ของผู้ที่อาศัยร่วมกัน กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเกินกว่าครึ่งหนึ่งอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมร่วมกับครอบครัว 1 ใน 4 อยู่อาศัยคนเดียว และกว่า 1 ใน 10 เล็กน้อยอยู่อาศัยร่วมกับญาติหรือพี่น้อง ผู้ที่อาศัยร่วมกับเพื่อนมีเพียงร้อยละ 8.4

ผู้ที่อาศัยอยู่กับครอบครัว และผู้ที่อาศัยอยู่คนเดียว เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมากที่สุด ผู้ที่อาศัยอยู่กับญาติ เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางมากที่สุด และผู้ที่อาศัยอยู่กับเพื่อน เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดมากที่สุด

กราฟที่ 24 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

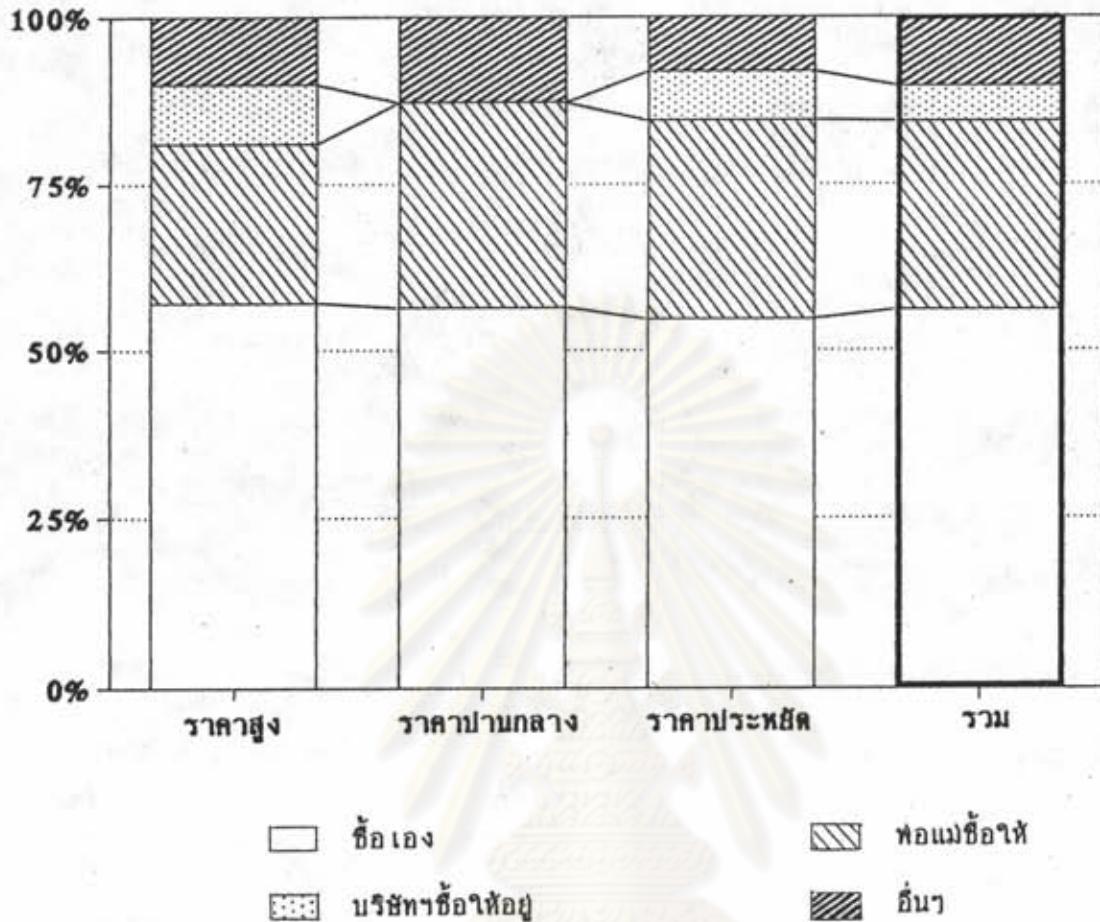
จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม



ลักษณะการอยู่อาศัย กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งอยู่คอนโดมิเนียม เป็นที่อยู่อาศัยถาวร เกือบ 2 ใน 5 อยู่ชั่วคราวเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจประจำวัน เกือบ 1 ใน 5 มีคอนโดมิเนียมไว้เฉพาะ เพื่อเป็นที่อยู่ในกรุงเทพฯ

ผู้ที่มีถิ่นฐานอยู่ต่างจังหวัดและใช้คอนโดมิเนียม เป็นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางมากที่สุด และผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมชั่วคราวเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจประจำวัน เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัดมากที่สุด

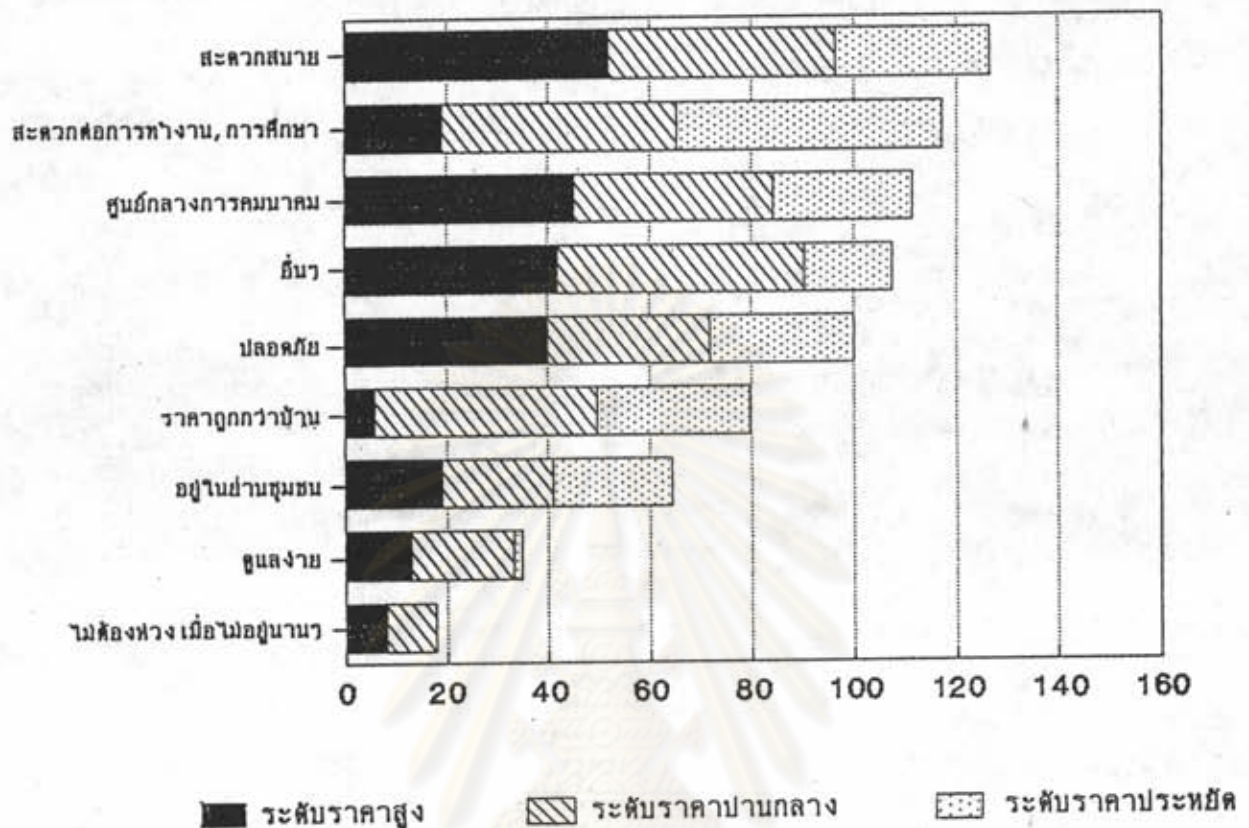
กราฟที่ 25 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามลักษณะการได้กรรมสิทธิ์ในห้องชุด



การได้กรรมสิทธิ์ เกือบ 3 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ซื้อห้องชุดด้วยตนเอง และมากกว่า 1 ใน 4 พ่อแม่ชื่อให้ รองลงมา มีจำนวนเกือบ 1 ใน 10 มีลักษณะเป็นการหุ้กันซื้อกับผู้อื่น หรือ บุคคลในครอบครัว เป็นผู้ซื้อ มีส่วนน้อย (ร้อยละ 5.3) ซึ่งเป็นผู้ที่บริษัทที่ทำงานอยู่ เป็นผู้ซื้อ และให้สิทธิ์ในการเช่าอยู่ แต่ไม่โอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุดให้

จำนวนของผู้ที่ได้กรรมสิทธิ์โดยพ่อแม่ชื่อให้ และหุ้กันซื้อกับผู้อื่น เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางมากกว่ากลุ่มอื่น และในกลุ่มนี้ไม่มีผู้ที่เป็นบริษัทเป็นผู้ซื้อที่อยู่เลย เมื่อมองภาพโดยรวมแล้วพบว่าข้อมูลมีลักษณะคล้ายคลึงกันในกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมทั้งสามระดับราคา

กราฟที่ 26 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม



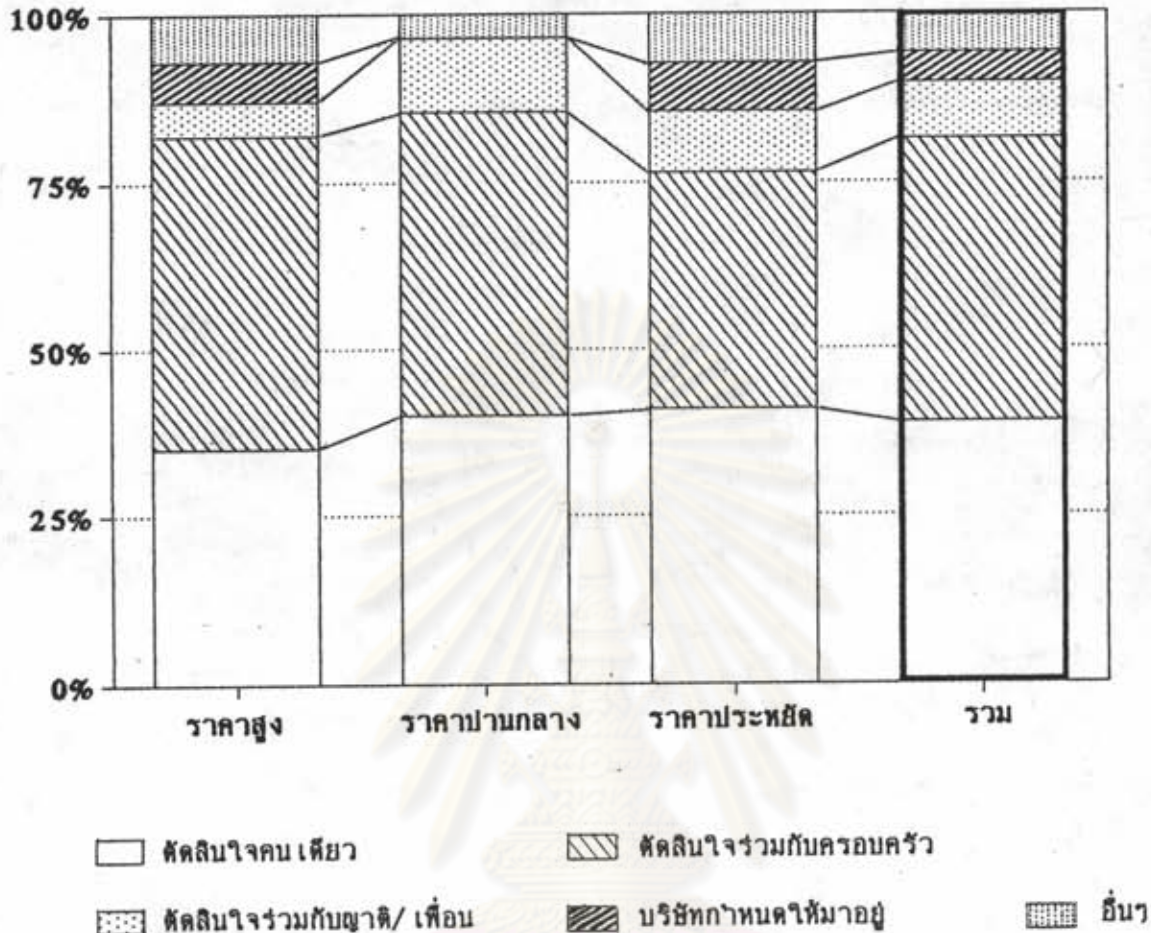
เหตุผลที่เลือกอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากที่สุดคือความสะดวกสบาย รองลงมาคือเพื่อความสะดวกในการทำธุรกิจ การทำงาน และการศึกษา อันดับต่อมาคือ เพราะคอนโดมิเนียมตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม การมีระบบรักษาความปลอดภัย ส่วนเหตุผลที่มีผู้ตอบน้อยที่สุด คือ ไม่ต้องห่วงเมื่อจะไม่อยู่นาน

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ส่วนใหญ่เลือกอยู่คอนโดมิเนียมเพราะสะดวกสบาย ตั้งอยู่ศูนย์กลางการคมนาคม และมีระบบรักษาความปลอดภัย มีผู้อยู่คอนโดมิเนียมระดับราคาสูงเพียงจำนวนไม่มากนัก ที่เลือกอยู่คอนโดมิเนียมเพราะราคาถูกกว่าบ้านที่ตั้งอยู่ในทำเลเดียวกัน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคากลางและกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด มีเหตุผล 3 อันดับแรกที่เหมือนกัน คือ เพื่อความสะดวกในการทำธุรกิจการงานหรือการศึกษา เพื่อความสะดวกสบาย และราคาที่ถูกต้องกว่าบ้านที่อยู่ในทำเลเดียวกัน

กราฟที่ 27 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

จำแนกตามประเภทการตัดสินใจซื้อ

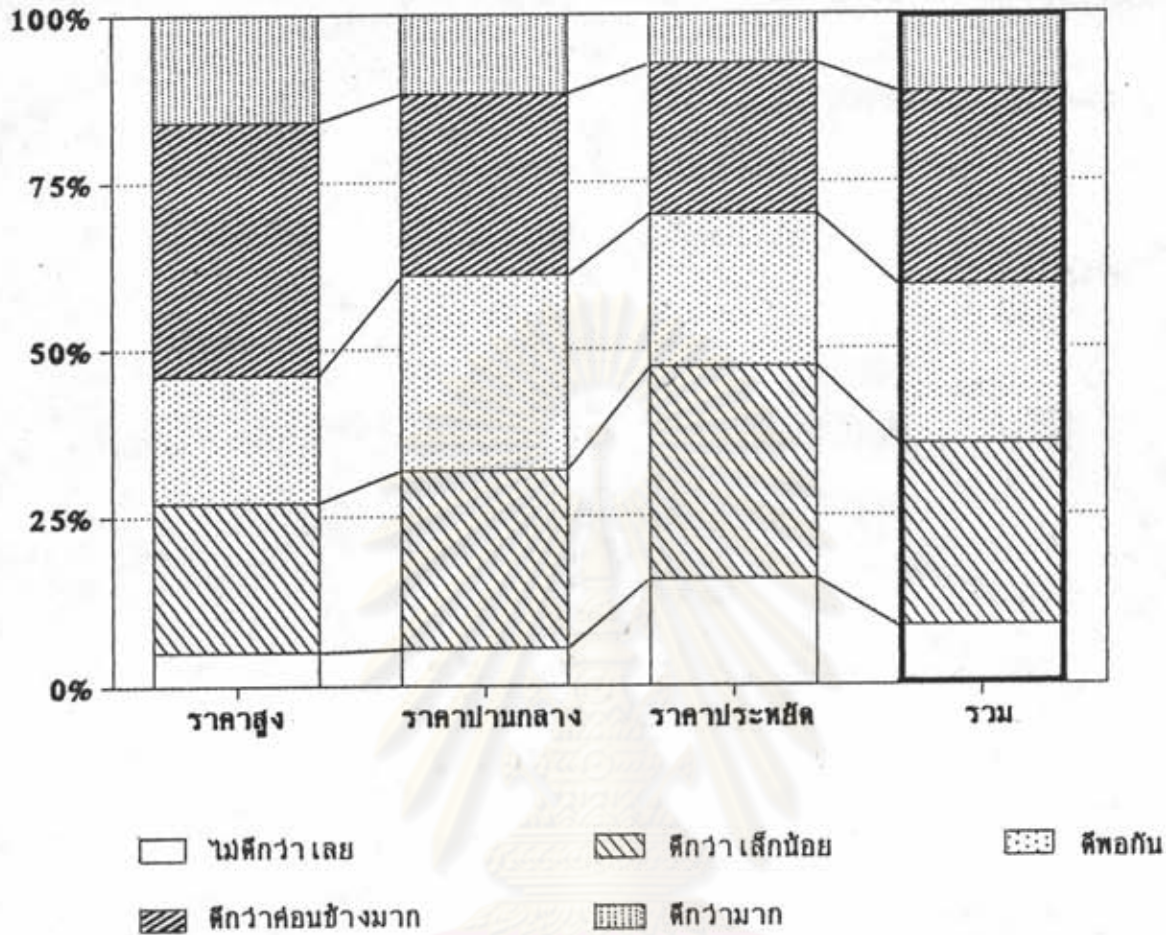


ประเภทการตัดสินใจซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากกว่า 2 ใน 5

ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมโดยครอบครัวมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ รองลงมา มีจำนวนไม่ต่างกันมากนัก (ร้อยละ 38.8) เป็นผู้ตัดสินใจซื้อคนเดียว ส่วนผู้ที่ตัดสินใจโดยญาติหรือเพื่อนมีส่วนช่วย และ ผู้ที่บริษัทกำหนดให้มาอยู่ มีจำนวนรวมกันเพียงประมาณ 1 ใน 10

กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงและระดับราคาปานกลาง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อโดยครอบครัวมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด เป็นผู้ตัดสินใจคนเดียวเป็นจำนวนมากที่สุด การปรึกษากับครอบครัวมีจำนวนรองลงมา กลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมีการปรึกษากับเพื่อนหรือญาติที่น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาประหยัด

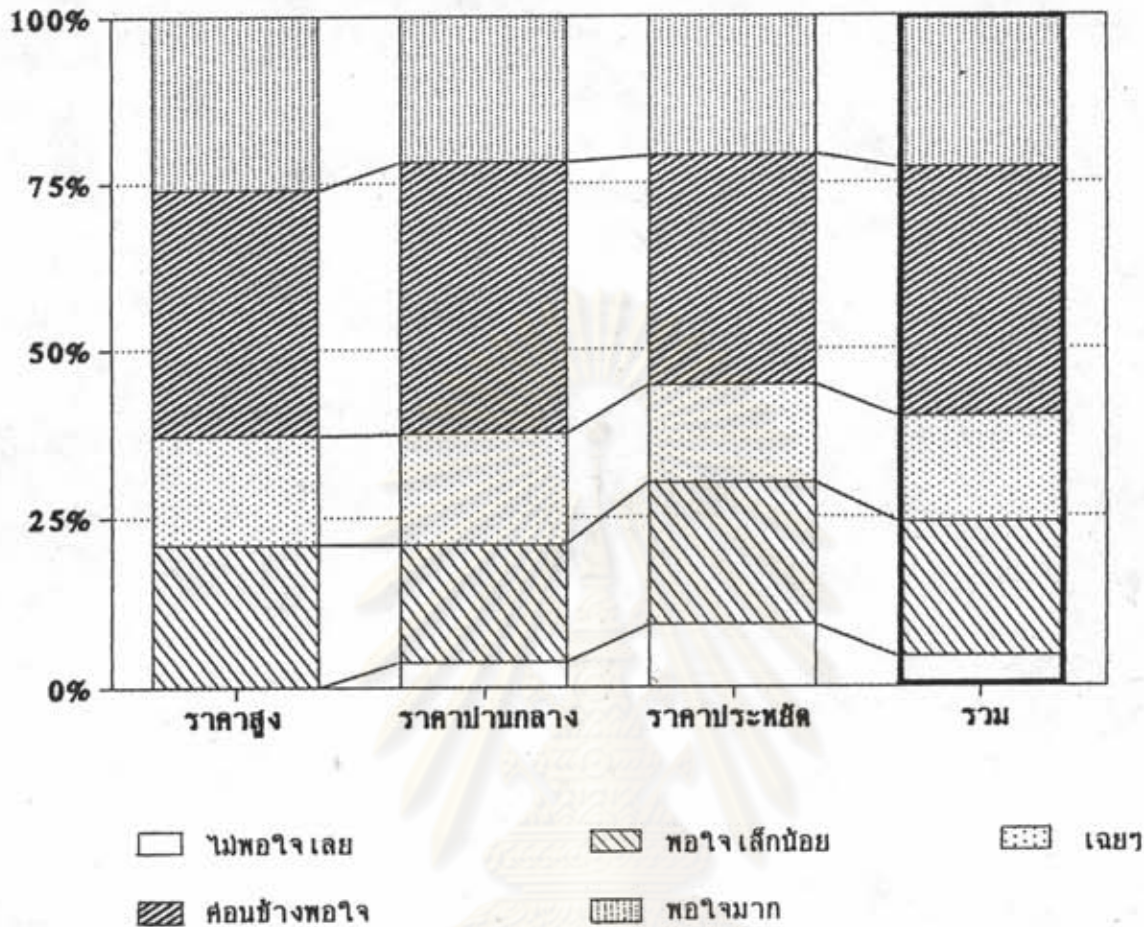
กราฟที่ 28 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม เทียบกับที่อยู่ประเภทอื่น



ความคิดเห็นเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม เมื่อให้ เปรียบ เทียบข้อดีของคอนโดมิเนียมกับที่อยู่อาศัยประเภทอื่น กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความเห็นว่าคอนโดมิเนียมมีข้อดีที่อยู่อาศัยประเภทอื่นค่อนข้างมาก เป็นจำนวนสูงที่สุดคือเกือบ 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือเห็นว่าดีกว่าเล็กน้อยมีประมาณ 1 ใน 4 อันดับสามเห็นที่ดีพอกัน (ร้อยละ 23.8) และประมาณ 1 ใน 10 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าคอนโดมิเนียมมีข้อดีที่อยู่อาศัยอื่นมาก

ในกลุ่มที่มีความเห็นว่าดีกว่ามากและดีค่อนข้างมาก เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมากที่สุด รองลงมาคือระดับราคาปานกลาง และอันดับสุดท้ายคือระดับราคาประหยัด

กราฟที่ 29 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามความพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

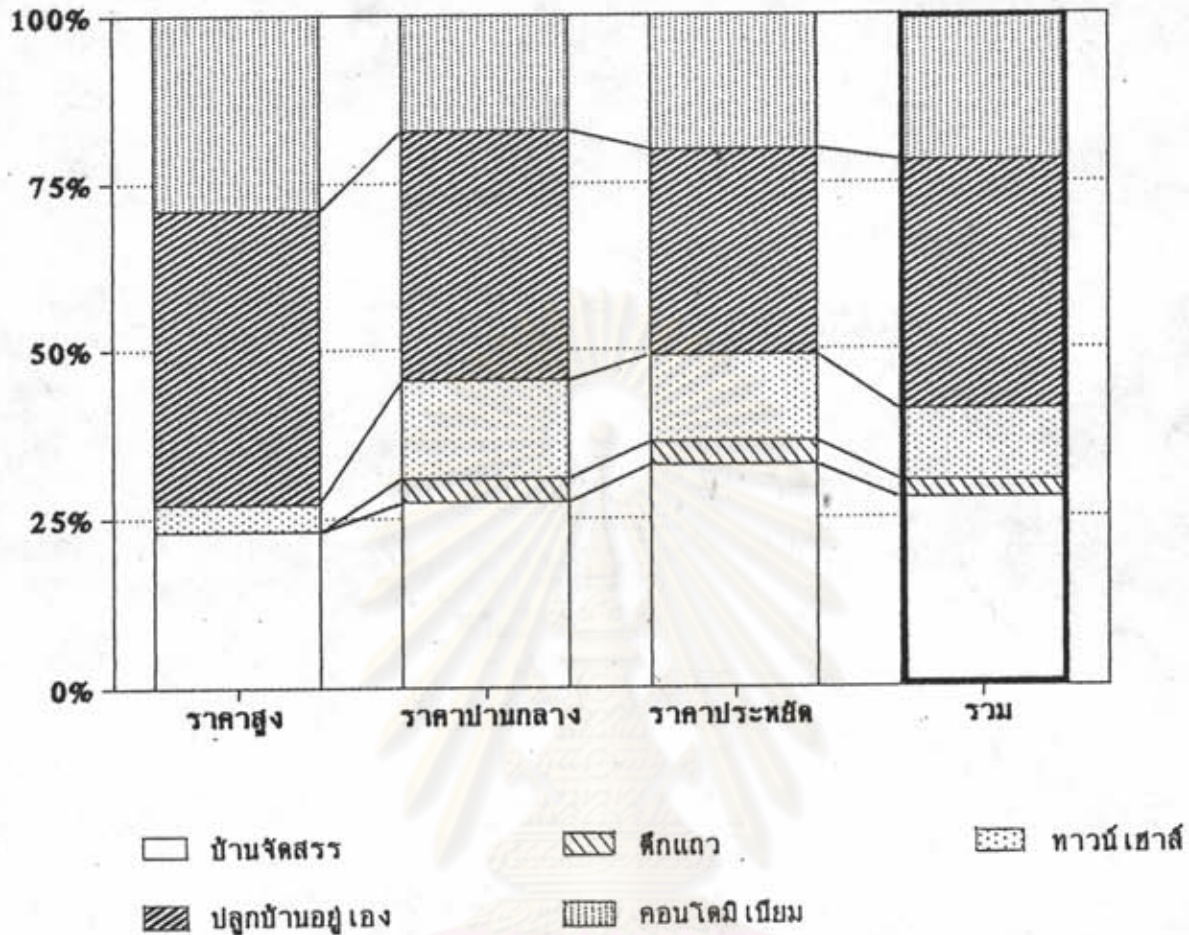


ความพอใจต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 37.5)

ค่อนข้างพอใจกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม รองลงมา คือ พอใจมาก (ร้อยละ 22.8) รองลงมา
อีกคือ พอใจเล็กน้อย เจ็บ และไม่พอใจเลย ตามลำดับ

โดยรวมแล้วแนวโน้มของความคิดเห็นเห็นไปในทางด้านพอใจมากกว่าไม่พอใจ ซึ่งกลุ่ม
ตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมีความเห็นในทางพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจาก
คอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางมีความ
พึงพอใจมากกว่ากลุ่มระดับราคาประหยัด จากจำนวนร้อยละที่แสดงแนวโน้มด้านพอใจ คือ พอใจมาก
ค่อนข้างพอใจ และพอใจเล็กน้อย ซึ่งจำนวนของผู้มีแนวโน้มของทัศนคติดังกล่าว มีจำนวนร้อยละ เท่า
กันระหว่างกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง กับกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคา
ปานกลาง แต่จำนวนร้อยละของผู้ที่พอใจมากมีในกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงมากกว่า
ระดับราคาปานกลาง

กราฟที่ 30 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม
จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการซื้อในอนาคต



ประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการซื้อในอนาคต กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเกือบ 2 ใน 5 ต้องการปลุกบ้านอยู่เอง รองลงมาคือเกือบ 1 ใน 3 ต้องการซื้อบ้านจัดสรร ผู้ที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมมีมากกว่า 1 ใน 5 เล็กน้อย รองลงไปคือ ทาวน์เฮาส์ และ ตึกแถว ตามลำดับ

ประมาณ 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมอีก มากกว่า 2 ใน 5 ต้องการปลุกบ้านอยู่เอง และเกือบ 1 ใน 4 ต้องการซื้อบ้านจัดสรร ไม่มีผู้ใดต้องการซื้อตึกแถวเลย

กลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง มีจำนวนผู้ที่ต้องการซื้อทาวน์เฮาส์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากระดับราคาอื่น และกลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด มีผู้ที่ต้องการซื้อบ้านจัดสรร เป็นจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากคอนโดมิเนียมระดับราคาอื่น

5. ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ตั้งไว้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 4 ข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับของสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1

"ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของชาวกรุงเทพมหานคร"

ตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ศึกษา คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ครอบครัว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1.1 อายุ - ผู้ที่มีช่วงอายุต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 การศึกษา - ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 อาชีพ - ผู้ที่มีอาชีพต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 สถานภาพทางครอบครัว - การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของผู้ที่มีสถานภาพทางครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัว - การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ของผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.6 รายได้ - การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ของผู้ที่มีรายได้ต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบ เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 เฉพาะตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ตัวแปรด้านสถานภาพทางครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ครอบครัว เป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2

"พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของชาวกรุงเทพมหานคร"

ผลการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จึงสรุปได้ว่าผลการทดสอบ เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3

"ความทันสมัยในระดับบุคคล เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของชาวกรุงเทพมหานคร"

ผลการทดสอบ พบว่า ความทันสมัยในระดับบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จึงสรุปได้ว่าผลการทดสอบ เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 4

"การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ราคาปานกลาง และราคาประหยัด ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่แตกต่างกัน"

การทดสอบ พบว่า การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาต่างกัน ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การยอมรับคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ผลการทดสอบพบว่า

1.1 ผู้ที่มีช่วงอายุต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.2 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูงของผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ของผู้ที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.4 ผู้ที่มีสถานภาพทางครอบครัวต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.5 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ของผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.6 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง ของผู้ที่มีรายได้ครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.7 พฤติกรรมการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.8 ความทันสมัยในระดับบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กล่าวโดยสรุปคือ การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาสูง มีความสัมพันธ์กับตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ และสถานภาพทางครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสื่อสาร และความทันสมัยในระดับบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เช่นกัน

2. การยอมรับคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง ผลการทดสอบพบว่า

2.1 ผู้ที่มีช่วงอายุต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง ของผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางของผู้ที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางของผู้ที่มีสถานภาพทางครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.5 ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.6 ผู้ที่มีรายได้ครอบครัวต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.7 พฤติกรรมการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.8 ความทันสมัยในระดับบุคคล มีความสัมพันธ์ทางลบกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวโดยสรุปคือ การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุที่ระดับ 0.01 กับตัวแปรด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ และมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสื่อสาร ที่ระดับ 0.01 แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความทันสมัยในระดับบุคคล ที่ระดับ 0.05

3. การยอมรับคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ผลการทดสอบพบว่า

3.1 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ของผู้ที่มีช่วงอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ของผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 ผู้ที่มีอาชีพต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ของผู้ที่มีสถานภาพทางครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด ของผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 ผู้ที่มีรายได้ครอบครัวต่างกัน มีการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.7 พฤติกรรมการสื่อสาร กับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด
ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.8 ความทันสมัยในระดับบุคคล กับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคา
ประหยัด ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กล่าวโดยสรุปคือ การยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาประหยัด มีความ
สัมพันธ์กับตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ และ รายได้ครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ พฤติกรรมการสื่อสาร และ
ความทันสมัยในระดับบุคคล



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย