

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของผู้ที่ไม่พึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยตัวอย่างเป็นผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสร้างแล้วเสร็จในช่วงปี 2549 - 2551 และมีระดับราคาขายไม่เกิน 5 ล้านบาท จำนวน 236 ราย ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างสามชั้นแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ที่อยู่อาศัยเดิม ที่ทำงานปัจจุบัน พฤติกรรมในการเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อใน 4 ด้าน คือ ผลลัพธ์ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมรอบโครงการ สถิติที่ใช้ คือ สถิติพรรณนา การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ และการวิเคราะห์ต้นไม้การตัดสินใจ (Decision Tree) ด้วยเทคนิค CHAID ผลการศึกษา พบว่า

โดยภาพรวมทุกด้านผู้ตัดสินใจซื้อไม่พึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างไรก็ตาม เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อไม่พึงพอใจใน 3 ด้าน คือ ผลลัพธ์ ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวก และพึงพอใจใน 1 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมรอบโครงการ โดยสิ่งที่ไม่พึงพอใจ 3 ลำดับแรกในแต่ละด้าน เป็นดังนี้ ด้านผลลัพธ์ ได้แก่ ความพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที ความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด และคุณภาพและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด ด้านราคา ได้แก่ การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด และการจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ อินเทอร์เน็ตไร้สาย ร้านอาหาร และร้านคอฟฟี่ช็อป สำหรับสิ่งที่พึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยรอบโครงการ การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว และการปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะของผู้ตัดสินใจซื้อที่ไม่พึงพอใจในด้านผลลัพธ์ ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความคล้ายคลึงกัน ดังนี้ ผู้ตัดสินใจซื้อที่ไม่พึงพอใจส่วนใหญ่ร้อยละ 58 เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี (ร้อยละ 56) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/งานอิสระ (ร้อยละ 68) และร้อยละ 55 มีสถานภาพโสด โดยผู้ตัดสินใจซื้อร้อยละ 56 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนตัว 20,000 - 30,000 บาท/เดือน (ร้อยละ 34) และเมื่อพิจารณาถึงรายได้และค่าใช้จ่ายของครอบครัว พบว่า ร้อยละ 20 อย่างไม่เท่าๆ กัน มีรายได้ของครอบครัว 20,000-30,000 บาท/เดือน และมากกว่า 60,000 บาท/เดือน ขณะที่ร้อยละ 48 มีค่าใช้จ่ายของครอบครัว 10,000-20,000 บาท/เดือน ในด้านการพักอาศัยในคอนโดมิเนียมที่ซื้อพบว่า ร้อยละ 75 เป็นครัวเรือนที่มีสมาชิกพักอาศัยไม่เกิน 2 คน

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม จากการวิจัยพบว่า มี 5 ปัจจัย ได้แก่ จำนวนคอนโดมิเนียมที่ค้นหาข้อมูล ระยะเวลาที่ใช้เดินทางจากที่อยู่อาศัยเดิมไปสถานที่ทำงานปัจจุบัน การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นหาข้อมูลคอนโดมิเนียม ค่าใช้จ่ายของครอบครัวต่อเดือน และระยะเวลาที่ใช้ตัดสินใจซื้อ ซึ่งทั้ง 5 ปัจจัยดังกล่าวสามารถแบ่งกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อได้ 6 กลุ่ม โดยพึงพอใจ 2 กลุ่ม และไม่พึงพอใจ 4 กลุ่ม

This survey research is conducted to measure the satisfaction of people who bought condominium in Bangkok during 2006-2008. The scope of the study includes only condominiums that are priced not over 5 million baht. Using the stratified three-stage random sampling, 236 persons are selected and collected data about personal data, former residence, current workplace, data collection behavior before buying condominium, and satisfaction after buying. The study proposes to measure satisfaction in 4 dimensions, i.e. product, price, facilities, and environment. To analyze data, descriptive statistics, analysis of customers' expectations and their perceptions of things they currently receive, and CHAID are used. The research results can be summarized as follows:

Determine the extent to which customers are satisfied or not satisfied with the products/services they receive from condominium using the total score of all four dimensions, it is found that customers do not satisfy with their condominiums. However, when analyze each dimensions the study finds that only environment dimension satisfied the customers. Concerning about the product dimension, three most dissatisfied aspects to customers are ready to move-in, beautiful furniture, and the quality of furniture. For the price dimension the most dissatisfied things are central-sharing expenses, value for money of provided furniture, and utility expenses. And the most dissatisfied things about facilities in condominium were wireless internet, restaurants, and coffee shops. On the other hand, three most satisfied aspects

for the condominium residents were security of condominium and surroundings, convenience transportation, and pollution free

Comparing the personal data of customers who do not satisfy in product, price, and facilities, it can be summarized that the personal data are quite similar in all three dimensions. 58% of dissatisfied customers are female. 56% of them are 25 – 35 years old. According to dissatisfied customers' occupation, 68% work in private companies or their own businesses. It is also found that 55% of them are single and 56% graduated with bachelor degree. Considering economic status, 34% of dissatisfied customers have personal income between 20,000 – 30,000 baht per month. However, when analyze about family income and expense 20% of the customers have family income between 20,000 – 30,000 baht per month and another 20% have family income higher than 60,000 baht per month. On the other hand, 48% of the dissatisfied customers have family expense between 10,000 – 20,000 baht per month. About the family size, 75% of them have family size less than 2.

According to the factors affecting the customer satisfaction, analysis result using CHAID indicates 5 factors which consist of number of condominiums searching for information, travel time spending between former accommodation to current workplace, monthly family expenses, use of internet to search information about condominiums, and amount of time to make decision on whether to buy the condominium. These 5 factors can divide all customers into 2 satisfied groups and 4 dissatisfied groups.