

## ที่มาและปัญหา



การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้มีการใช้มาตรการล็อกดาวน์ เพื่อเป็นการยับยั้งและป้องกันการแพร่ระบาดด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้คนที่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ เกิดการเปลี่ยนแปลงงานพฤติกรรมของผู้นิยมในหลายด้าน รวมทั้งพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร และที่พื้กอาศัยรูปแบบต่างๆ ในช่วงสถานการณ์โควิด-19
- เพื่อค้นหาและศึกษาความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับตลาดคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครในช่วงสถานการณ์โควิด-19 และในขนาด

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

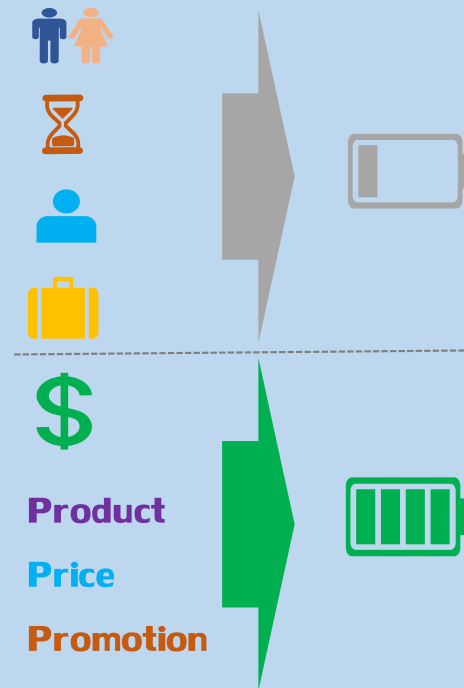
- ทราบถึงผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร
- ทราบถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อตลาดที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครในช่วงสถานการณ์โควิด-19 แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาโครงการในอนาคต
- เพื่อใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษา เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

การวิเคราะห์ ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 400 ตัวอย่าง ในการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้

## แบบจำลอง Multiple Linear Regression Analysis

$$Y = \alpha + \beta_1 GEN + \beta_2 AGE + \beta_3 STA + \beta_4 OCP + \beta_5 INC + \beta_6 PRODUCT + \beta_7 PRICE + \beta_8 PRO + \epsilon$$

## ผลการศึกษา



## จากข้อมูลแบบสอบถาม



เพศ\_ชาย : 96 / หญิง : 82  
 อายุ\_31-40ปี : 78  
 สถานภาพ\_โสด : 78 / สมรส : 78  
 อาชีพ\_ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย : 62  
 รายได้\_20k-40k : 52  
 วัตถุประสงค์\_เป็นที่อยู่อาศัยหลัก : 65  
 รูปแบบห้องพัก\_1Bed : 107  
 ขนาด\_32-39 ตร.ม. : 80  
 งบประมาณ\_1M-2M : 55  
 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ\_ตัวเอง : 57  
 แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ\_อินเทอร์เน็ต/Website : 85

✓  
 สนใจซื้อ  
 178 ราย

✗  
 ไม่สนใจซื้อ  
 222 ราย

- COVID-19\_ส่งผลกระทบต่ออัตราตัดสินใจ ระดับปานกลาง : 88
- ต้องการพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น : 111
- ต้องการพื้นที่ WFH : 97



- ข้อเสนอแนะ:**
1. ผู้ประกอบการยังต้องให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมทางการตลาด สื่อที่บันเทิงนิยมส่วนใหญ่เป็นอินเทอร์เน็ต และอาจจะมุ่งเน้นไปที่พรีเมียม ส่วนลดของโครงการ หรือของแถมพิเศษให้กับผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นการขายโดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19
  2. ปัจจุบันต้นทุนค่าที่ดินในการขึ้นโครงการในตัวเมืองที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการอาจจะเน้นไปยังชานเมืองหรือชานเมืองนอกเมือง ซึ่งจากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามนี้ส่วนใหญ่ผู้ตอบให้ความสนใจที่อยู่อาศัยแนวราบแถบชานเมือง