

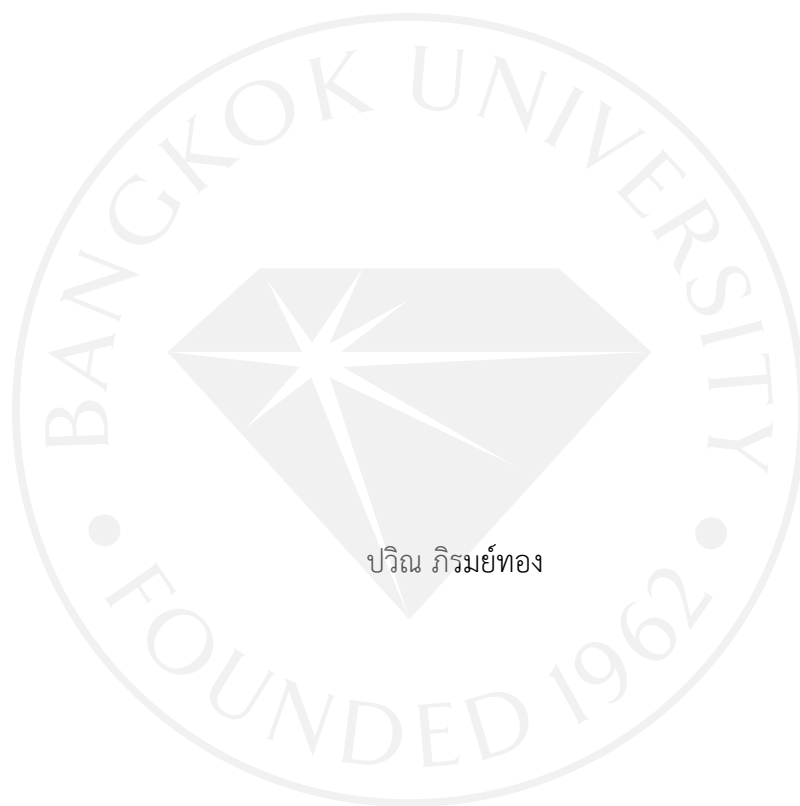
ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Factor Positively Impacting Decision to Rent Apartments of Consumers in
Bangkok



ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Factor Positively Impacting Decision to Rent Apartments of Consumers in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2558



© 2560

ปวิณ ภิรมย์ทอง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเช่าพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ปวิณ ภิรมย์ทอง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

13 มกราคม 2560

ปวิณ ภิรมย์ทอง. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (99 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนมิถุนายน ถึงกรกฎาคม 2559 จำนวน 270 คน และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง รายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง ($\beta=0.788$) และปัจจัยด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ($\beta=0.133$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพล ได้ร้อยละ 78.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง, การออกแบบอพาร์ทเมนท์, การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์

Piromthong, P. M.B.A., January 2017, Graduate School, Bangkok University.

Factor Positively Impacting Decision to Rent Apartments of Consumers in Bangkok (99 pp.)

Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

ABSTRACT

The researcher attempted to study the positive influence of component of management, component of maintenance, component of neighbourhood, component of ambient environment, hedonic attributes of dwelling units, number of electrical appliances, basic facilities in the rooms and apartment design positively impacting decision to rent apartments of consumers in Bangkok. The sample size was the 270 questionnaire respondents during June to July in 2016. The data was analyzed using Multiple Regression Analysis. The results indicated that the majority of participants were male with 21–30 years of age, single. They completed bachelor's degrees and worked in private companies, and earned average monthly incomes between 10,001–20,000 baht. Furthermore, the results of hypothesis testing revealed that only number of electrical appliances ($\beta=0.788$) and apartment design factors ($\beta=0.133$) positively impacting decision to rent apartments of consumers in Bangkok, explaining 78.2 percent of the influence at .01 level of significance.

Keywords: Number of Electrical Appliances, Apartment Design, Decision to Rent Apartment

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเป็นอย่างดี ตลอดจนได้ให้คำแนะนำในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง พร้อมทั้งอธิบายข้อสงสัยต่างๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในขั้นตอนและเนื้อหางานวิจัยมากขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้วิจัยส่งผลงานในงานประชุมวิชาการเพื่อมาตรฐานและความน่าเชื่อถืองานการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดี ตลอดจนให้คำแนะนำและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษาภายในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ กำลังใจสำคัญจากบุคคลอันเป็นที่รักยิ่งทุกๆ ท่าน ที่มีส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ที่คอยให้กำลังใจ จนกระทั่งได้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตนี้

คุณค่าและประโยชน์ของการศึกษาเฉพาะบุคคลครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้

ปวิณ ภิรมย์ทอง

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | จ |
| กิตติกรรมประกาศ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ณ |
| สารบัญภาพ | ญ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย | 8 |
| 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย | 8 |
| 1.4 คำถามของงานวิจัย | 9 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 9 |
| 1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ | 9 |
| บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ (Component of Management) | 11 |
| 2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการบำรุงรักษา (Component of Maintenance) | 12 |
| 2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood) | 14 |
| 2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment) | 15 |
| 2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units) | 16 |
| 2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances) | 17 |
| 2.7 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms) | 18 |
| 2.8 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design) | 19 |
| 2.9 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Decision to Rent) | 20 |
| 2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 24 |
| 2.11 สมมติฐานการวิจัย | 27 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 2 (ต่อ) วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.12 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย | 28 |
| 2.13 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี | 28 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย | |
| 3.1 ประเภทของงานวิจัย | 30 |
| 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง | 30 |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 31 |
| 3.4 การทดสอบเครื่องมือ | 35 |
| 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล | 40 |
| 3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล | 40 |
| 3.7 วิธีการทางสถิติ | 42 |
| บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล | |
| 4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์ | 47 |
| 4.2 การสรุปข้อมูลด้านการเช่าพาร์ทเมนท์ | 50 |
| 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน | 57 |
| 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน | 65 |
| 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น | 71 |
| บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน | 74 |
| 5.2 การอภิปรายผล | 76 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ | 81 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป | 81 |
| บรรณานุกรม | 83 |
| ภาคผนวก | 89 |
| ประวัติผู้เขียน | 99 |
| เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ | |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 1.1: อพาร์ทเมนท์แถบอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ปี 2558 | 4 |
| ตารางที่ 1.2: อพาร์ทเมนท์แถบรัชดา ปี 2558 | 4 |
| ตารางที่ 1.3: โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจอพาร์ทเมนท์ | 5 |
| ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านการจัดการ (CM) การบำรุงรักษา (CT) ละแวกใกล้เคียง (CN) สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (CA) ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (HA) เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (NE) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (BF) การออกแบบ อพาร์ทเมนท์ (AD) และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค (DR) ที่ n = 270 | 36 |
| ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ | 45 |
| ตารางที่ 4.1: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ | 47 |
| ตารางที่ 4.2: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ | 48 |
| ตารางที่ 4.3: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพ | 48 |
| ตารางที่ 4.4: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา | 49 |
| ตารางที่ 4.5: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้ต่อเดือน | 49 |
| ตารางที่ 4.6: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ | 50 |
| ตารางที่ 4.7: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านอพาร์ทเมนท์ที่เคยเช่า | 51 |
| ตารางที่ 4.8: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านแนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ | 51 |
| ตารางที่ 4.9: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านราคาเช่าอพาร์ทเมนท์ | 52 |
| ตารางที่ 4.10: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านอัตราค่าเช่าล่วงหน้า | 52 |
| ตารางที่ 4.11: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านอัตราเงินมัดจำ | 53 |
| ตารางที่ 4.12: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ จากแบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่างๆ | 53 |
| ตารางที่ 4.13: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ จากนิตยสารในการเช่าอพาร์ทเมนท์ต่างๆ | 54 |
| ตารางที่ 4.14: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ จากโฆษณาทางวิทยุ | 54 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.15: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ จากใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ | 55 |
| ตารางที่ 4.16: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ จากการติดต่อด้วยตัวเอง | 55 |
| ตารางที่ 4.17: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ จากญาติหรือเพื่อนแนะนำ | 56 |
| ตารางที่ 4.18: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ จากเจ้าของอพาร์ทเมนท์แนะนำ | 56 |
| ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดการ (component of management) | 57 |
| ตารางที่ 4.20: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการบำรุงรักษา (component of maintenance) | 58 |
| ตารางที่ 4.21: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านละแวกใกล้เคียง (component of neighborhood) | 59 |
| ตารางที่ 4.22: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (component of ambient environment) | 60 |
| ตารางที่ 4.23: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (hedonic attributes of dwelling units) | 61 |
| ตารางที่ 4.24: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (number of electrical appliances) | 62 |
| ตารางที่ 4.25: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the rooms) | 62 |
| ตารางที่ 4.26: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (apartment design) | 63 |
| ตารางที่ 4.27: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent) | 64 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.28: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (pearson's correlation coefficient) ของข้อมูล ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรวม ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร | 66 |
| ตารางที่ 4.29: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เกี่ยวกับการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรวม ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร | 68 |
| ตารางที่ 4.30: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรวม ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร | 69 |
| ตารางที่ 4.31: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ | 71 |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1.1: พื้นที่อาคารสำนักงานตั้งแต่ปี 2550 – 2559 | 3 |
| ภาพที่ 2.1: กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค | 22 |
| ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี | 29 |
| ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ | 72 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งความเป็นอยู่ของประชากรต้องมีการแข่งขันกันตลอดเวลา โดยจากข้อมูลของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าประชากรในประเทศไทย ณ วันที่ 29 มกราคม 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 65.323 ล้านคน แยกเป็นเพศชาย 31.728 ล้านคน เพศหญิง 33.595 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 8.098 ล้านคน ส่วนที่เหลืออีก 57.225 ล้านคน อาศัยอยู่ในจังหวัดต่างๆ รวมทั้งพื้นที่เขตปริมณฑล (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2559) ซึ่งประชากรในกรุงเทพมหานครนี้มาจากประชาชนในหลายจังหวัดทั่วประเทศที่เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน ซึ่งเหตุผลหลักคือเพื่อการศึกษา และการประกอบอาชีพ ในขณะที่การดำรงชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานครจึงจำเป็นต้องมีที่พักอาศัยที่เป็นหลักแหล่ง (พรชัย ปิลาณรงค์ และอิทธิกร ขำเดช, 2557)

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตนอกเหนือจาก อาหาร เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค มนุษย์จะแสวงหาถิ่นฐานที่อยู่อาศัยที่มีความมั่นคงปลอดภัย และเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตมากที่สุด ซึ่งที่อยู่อาศัยของมนุษย์จะมีความแตกต่างกันไปตาม สภาพสังคม เศรษฐกิจ ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม สภาพความเป็นอยู่ ตลอดจนอิทธิพลของความเจริญทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ (วรรณนิภา มหาวงศ์, 2556) โดยที่ในปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ประชาชนต้องใช้เวลาในการประกอบอาชีพของตนเองมากขึ้น การก่อสร้างที่อยู่อาศัยด้วยตนเองกระทำไม่ได้ไม่สะดวก ทั้งนี้เนื่องด้วยข้อจำกัดต่างๆ เช่น ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาความไม่สะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัยด้วยตนเอง ตลอดจนราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้น จึงได้เกิดธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยขึ้น โดยระยะแรกเป็นเพียงการจัดสรรเฉพาะที่ดิน ต่อมามีการสร้างบ้านขึ้นบนพื้นที่นั้นที่เรียกว่า บ้านจัดสรร แต่มีข้อจำกัดมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะข้อจำกัดเรื่องที่ดินที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้เกิดธุรกิจที่อยู่อาศัยอีกประเภทหนึ่งขึ้นมาเรียกว่า อาคารพักอาศัยรวม ซึ่งอาคารพักอาศัยรวมเป็นรูปแบบการก่อสร้างที่พักอาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เช่น กรุงเทพมหานคร และเมืองศูนย์กลางของภูมิภาคต่างๆ ความต้องการที่ดินเพื่อรองรับการขยายตัวดังกล่าวมีเพิ่มขึ้นทุกเวลาตามการพัฒนาของประเทศ ดังนั้นเมื่อจำนวนที่ดินที่มีจำกัดจึงทำให้ระดับราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและมีผลต่อราคาที่อยู่อาศัยในรูปแบบเก่าต้องเพิ่มราคาสูงขึ้น เช่น บ้านจัดสรรและทาวน์เฮาส์ประกอบกับปัญหาการจราจรในเมืองใหญ่ที่ทำให้การเดินทางเพื่อประกอบภารกิจในแต่ละวันต้องสิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่ายมาก จึงเป็นแรงผลักดันให้

ประชากรหันมาเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของเมือง โดยหาที่พักอาศัยที่ไม่ไกลมากต่อการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ เพราะที่อยู่อาศัยประเภทอาคารพักอาศัยรวมสามารถเปลี่ยนแปลงต้นทุนต่อหน่วยได้ง่ายขึ้นอยู่กว่าจะสามารถตอบสนองต่อผู้มีรายได้ระดับใด และการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใด (จันจิรา ตั้งทรงเจริญ, ศรีัญญา ตั้งทรงเจริญ และวรรณธิดา แยมยิ้ม, 2550)

จากข้อมูล บริษัทหลักทรัพย์ภัทร บริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคิน ภัทร สรุปว่าในปี 2558 ธุรกิจที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลขยายตัวประมาณร้อยละ 17 โดยมีมูลค่าประมาณ 4 แสนล้านบาท โดยการเติบโตมาจากการเปิดตัวใหม่โครงการคอนโดมิเนียม สำหรับทิศทางการก่อสร้างใหม่เพื่อเช่าของประเทศไทยในปี 2559 ธนาคารเกียรตินาคินประเมินว่าธุรกิจหอพักสำหรับพนักงานโรงงานน่าจะขยายตัวต่อเนื่อง จังหวัดที่น่าสนใจได้แก่ นครมอุตสาหกรรม บริเวณพื้นที่จังหวัดระยอง ชลบุรี นครปฐม และสมุทรปราการ ส่วนธุรกิจอพาร์ทเมนท์ และหอพักสำหรับนิสิตนักศึกษา น่าจะมีทิศทางทรงตัว แต่จะมีแนวโน้มที่ดีในสถาบันอุดมศึกษาขนาดใหญ่ (ธนาคารเกียรตินาคิน, 2558) ทั้งนี้หากแบ่งกลุ่มภาคก่อสร้างใหม่เพื่อเช่าเป็น 4 กลุ่ม จะพบว่า 1) เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับชาวต่างชาติขยายตัวได้ดีขึ้นที่ประมาณร้อยละ 4 ในปี 2558 จากภาพรวมเศรษฐกิจที่ดีขึ้นจากปีก่อนทำให้ความเชื่อมั่นของนักธุรกิจต่างชาติกลับมาในระดับหนึ่ง 2) ธุรกิจหอพักสำหรับพนักงานโรงงานขยายตัวต่อเนื่องที่ระดับประมาณร้อยละ 2 ตามการขยายตัวของโรงงานและคนงานทั่วประเทศ 3) ธุรกิจอพาร์ทเมนท์สำหรับพนักงานบริษัทขยายตัวต่อเนื่องที่ระดับประมาณร้อยละ 3 ตามการขยายตัวของอาคารสำนักงาน และ 4) อพาร์ทเมนท์และหอพักสำหรับนิสิตนักศึกษามีทิศทางทรงตัวจากปีก่อน ตามการทรงตัวของปริมาณนิสิตนักศึกษาทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามธนาคารเกียรตินาคินประเมินว่า สำหรับธุรกิจหอพักนิสิตนักศึกษาที่มีศักยภาพเติบโตได้ดี ได้แก่ หอพักในปริมณฑลและต่างจังหวัด โดยเฉพาะใกล้กับสถาบันอุดมศึกษาขนาดใหญ่ เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต เป็นต้น (ธนาคารเกียรตินาคิน, 2558)

ทั้งนี้ประชากรส่วนหนึ่งที่เข้ามาดำเนินชีวิตในกรุงเทพมหานครมีความจำเป็นต้องหาที่อยู่อาศัย ทั้งในรูปแบบของบ้าน คอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนท์ โดยคำนึงถึงรายได้หลักและราคาในการเลือก (พจนารถ อิมสอน และไพบุลย์ อาซารุงโรจน์, 2558) จึงพบว่าประชากรส่วนหนึ่งต้องอาศัยอยู่ในที่อยู่ที่เป็นอพาร์ทเมนท์ เพราะเป็นที่อยู่อาศัยที่มีราคาไม่แพง จึงทำให้ธุรกิจอพาร์ทเมนท์เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูง และยังมีแนวโน้มเติบโตได้อีกในอนาคต เพราะประชากรมีการขยายตัว (ชญาสุ เชี่ยวเชิงการณ, 2554) และธุรกิจอพาร์ทเมนท์เป็นธุรกิจที่เติบโตควบคู่กับความต้องการที่อยู่อาศัย โดยเป็นการตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นทั้งจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร และที่สำคัญจากการเคลื่อนย้ายแหล่งที่อยู่อาศัย ทั้งจากการเข้ามาทำงาน การเข้ามาเพื่อ

การศึกษา รวมถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพเมืองและสังคม ภาพรวมของความต้องการที่อยู่อาศัยจึงยังคงมีเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากร ธุรกิจพาณิชยกรรมที่จึงเป็นธุรกิจที่ดึงดูดผู้สนใจหรือนักลงทุนเข้ามาดำเนินธุรกิจประเภทนี้ โดยเฉพาะในทำเลที่ตั้งที่มีความต้องการเช่าที่พักอาศัยสูง เช่น ทำเลใกล้สถานศึกษา สถานที่ทำงาน เขตชุมชนหนาแน่น และนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งจากรายงานของฝ่ายสินเชื่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และสินเชื่อธุรกิจพาณิชยกรรมและโรงแรม ธนาคารเกียรตินาคิน อธิบายว่าตลาดอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในกรุงเทพมหานครสามารถเทียบเคียงได้จากตลาดอาคารสำนักงานให้เช่า ซึ่งเมื่อมีความต้องการอาหารสำนักงานให้เช่าที่เพิ่มมากขึ้น ปริมาณพนักงานที่ทำงานในองค์กรเหล่านั้นก็เพิ่มมากขึ้น ความต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานที่ทำงาน หรือการคมนาคมที่สะดวกจึงมีการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (ธนาคารเกียรตินาคิน, 2558) ดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1: พื้นที่อาคารสำนักงานตั้งแต่ปี 2550 - 2559



ที่มา: ธนาคารเกียรตินาคิน. (2558). ภาพรวมอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า ปี 2015. สืบค้นจาก <http://www.kiatnakin.co.th/upload/download/20150323030454-31440.pdf>.

อย่างไรก็ดีในปัจจุบันนี้ตลาดธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในบางทำเลที่ตั้งมีความแข่งขันกันสูง ประกอบกับการพัฒนาอพาร์ทเมนต์ออกสู่ตลาดจำนวนมาก จากข้อมูลของทีมที่ปรึกษาสายสินเชื่อธุรกิจ

สังหาริมทรัพย์ ธนาคารเกียรตินาคินที่ได้ทำการสำรวจตลาดที่น่าสนใจได้แก่ แถบใจกลางเมืองรวมถึง
 ชานเมืองที่มีรถไฟฟ้าผ่าน พบว่า พื้นที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และรัชดา เป็นพื้นที่ที่มีปริมาณอ
 พาร์ทเมนท์จำนวนมากและมีอัตราการเข้าพักที่สูงมากกว่าร้อยละ 95 ดังตารางที่ 1.1 และตารางที่
 1.2

ตารางที่ 1.1: อพาร์ทเมนท์แถบอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ปี 2558

| | |
|------------------------|-----------------------------|
| จำนวนโครงการทั้งหมด | 111 โครงการ |
| จำนวนผู้เข้าพักทั้งหมด | 11,461 ห้อง |
| กลุ่มผู้เช่า | คนทำงาน 70% นักศึกษา 30% |
| อัตราค่าเช่าเฉลี่ย | 6,000 – 7,000 บาท |
| อัตราการเข้าพัก | 95% |

ที่มา: ธนาคารเกียรตินาคิน. (2558). ภาพรวมอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์เพื่อ
 เช่า ปี 2015. สืบค้นจาก [http://www.kiatnakin.co.th/upload/download/
 20150323030454-31440.pdf](http://www.kiatnakin.co.th/upload/download/20150323030454-31440.pdf).

ตารางที่ 1.2: อพาร์ทเมนท์แถบรัชดา ปี 2558

| | |
|------------------------|-----------------------------|
| จำนวนโครงการทั้งหมด | 692 โครงการ |
| จำนวนผู้เข้าพักทั้งหมด | 50,214 ห้อง |
| กลุ่มผู้เช่า | คนทำงาน 90% นักศึกษา 10% |
| อัตราค่าเช่าเฉลี่ย | 4,000 – 4,500 บาท |
| อัตราการเข้าพัก | 94% |

ที่มา: ธนาคารเกียรตินาคิน. (2558). ภาพรวมอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์เพื่อ
 เช่า ปี 2015. สืบค้นจาก [http://www.kiatnakin.co.th/upload/download/
 20150323030454-31440.pdf](http://www.kiatnakin.co.th/upload/download/20150323030454-31440.pdf).

ทั้งนี้โอกาสและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1.3: โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจอพาร์ทเมนต์

| โอกาส | อุปสรรค |
|--|--|
| <p>- ระบบขนส่งมวลชนที่ครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานคร ตามแผนพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของรัฐบาล ทำให้เกิดทำเลใหม่ๆ สำหรับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เกิดขึ้นในพื้นที่ดังกล่าว</p> | <p>- เศรษฐกิจโลก จากการศึกษาที่เศรษฐกิจไทยซึ่งพึ่งพาการส่งออกเป็นหลักกำลังอยู่ในภาวะเสี่ยงจากการที่การเติบโตของเศรษฐกิจโลกชะลอตัว และเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัว ได้ส่งผลกระทบต่อไทย จีนถือเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่สุดของไทย ซึ่งปัจจุบันการบริโภคของชาวจีนที่ลดลงได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในวงกว้าง รวมทั้งด้านที่พักอาศัย</p> |
| <p>- การพัฒนาของโครงการอาคารสำนักงาน เนื่องจากปริมาณพื้นที่สำนักงานในกรุงเทพมหานครมีค่อนข้างจำกัดส่งผลให้อัตราพื้นที่ว่างอยู่ในระดับต่ำค่าเช่าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งความต้องการพื้นที่สำนักงานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความต้องการที่พักอาศัยใกล้สถานที่ทำงานเพิ่มมากขึ้น</p> | <p>- โครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยเกือบ 70% ของจีดีพีประเทศไทยมาจากการส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ผ่านกระบวนการผลิตโดยเครื่องจักร ราคาผลิตผลทางการเกษตรที่ลดลงจะส่งผลให้รายได้ลดน้อยลง ซึ่งทำให้การบริโภคลดลงตามไปด้วย</p> |
| <p>- อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น จากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นได้ส่งผลให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของโรงแรมและที่พักในย่านใจกลางกรุงเทพมหานคร เติบโตอย่างต่อเนื่อง</p> | <p>- นโยบายการเมือง ภายใต้นโยบายปัจจุบันของรัฐบาล ประเทศไทยจะลงทุนมากกว่า 2 แสนล้านบาทในระบบสาธารณูปโภคบรรยากาศการลงทุนทั้งจากนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศขึ้นอยู่กับการลงทุนนี้ของรัฐบาล เพื่อชดเชยการลงทุนจากภาคเอกชนที่ลดลง และจากแผนงาน (roadmap) ของรัฐบาล ประเทศไทยจะมีการเลือกตั้งครั้งต่อไปในเดือนมิถุนายนปี 2560 ที่ยังมีความไม่แน่นอน</p> |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.3 (ต่อ): โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจอพาร์ทเมนต์

| โอกาส | อุปสรรค |
|---|---------|
| <p>- การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</p> <p>เนื่องจากทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ไทยอยู่ตรงจุดศูนย์กลางของกลุ่มประเทศ ทำให้มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากประเทศไทยจึงมีศักยภาพที่จะพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ระดับภูมิภาค</p> | |

ที่มา: แผนกวิจัย ซีปียาร์อี. (2559). *แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครปี 2559*. สืบค้นจาก <http://www.cbre.co.th/th/ResearchCentre/Research/Bangkok-Real-Estate-Market-Outlook-2016>.

จากข้อมูลในตารางที่ 1.3 การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคธุรกิจอพาร์ทเมนต์ของแผนกวิจัย ซีปียาร์อี ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ระดับสากลแห่งแรกที่เปิดให้บริการใน กรุงเทพมหานคร พบว่าโอกาสของธุรกิจนี้เกิดจากการที่มีแผนพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของรัฐบาล ในปี 2559 รถไฟฟ้าสายสีม่วงจะเริ่มเปิดให้บริการซึ่งเป็นการเชื่อมต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของ กรุงเทพมหานคร และการก่อสร้างรถไฟฟ้าสายสีส้มซึ่งเชื่อมต่อพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของ กรุงเทพมหานคร จะเริ่มเปิดการประมูล จึงทำให้มีทำเลใหม่ๆ สำหรับการพัฒนาธุรกิจเกิดขึ้นในพื้นที่ดังกล่าว ส่วนต่อมา การพัฒนาโครงการอาคารสำนักงาน ปริมาณพื้นที่สำนักงานในกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันมีค่อนข้างจำกัดส่งผลให้อัตราพื้นที่ว่างอยู่ในระดับต่ำ ค่าเช่าเพิ่มสูงขึ้น และเกิดการปล่อยเช่าพื้นที่ล่วงหน้า แม้ว่าเศรษฐกิจจะซบเซา แต่ความต้องการพื้นที่สำนักงานจะยังคงอยู่ในระดับสูง เช่นเดียวกับกับปี 2558 พิจารณาจากพื้นที่ที่มีการปล่อยเช่าล่วงหน้าแล้ว และอาคารสำนักงานที่เจ้าของอาคารใช้พื้นที่เองที่จะแล้วเสร็จในปี 2559 ด้านค่าเช่ายังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น และความต้องการที่อยู่อาศัยใกล้เคียงที่ทำงานเพิ่มมากขึ้น ถัดมาเกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่คาดการณ์ว่าปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายัง ประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นจากสถิติในปี 2558 ซึ่งอยู่ที่ 29.8 ล้านคน ถึงแม้ว่าอัตราเฉลี่ยการเข้าพักใน โรงแรมจะเพิ่มขึ้นจนเกือบร้อยละ 75 แต่อัตราค่าห้องพักยังเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ซึ่งกรุงเทพมหานคร จะยังคงเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย อันเป็นผลมาจาก

ความต้องการท่องเที่ยวระยะสั้นในภูมิภาคที่เพิ่มมากขึ้นในเอเชีย ความท้าทายก็คือการตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นและการเพิ่มอัตราค่าห้องพัก และการเติบโตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC เนื่องจากทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยอยู่ตรงจุดศูนย์กลางของกลุ่มประเทศ AEC (แผนกวิจัย ซีบีอาร์อี, 2559)

ทั้งนี้ Timothy & Dag (2012) กล่าวว่า ลักษณะของความต้องการที่จะได้รับจากการพักอาศัยของผู้บริโภคและความต้องการพื้นฐานในการใช้สอยพื้นที่ของแต่ละบุคคลต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design) และความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units) จึงส่งผลให้ผู้ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการที่จะจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms) ทั้งในเชิงของพื้นที่และอุปกรณ์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในด้านต่างๆ ทั้งในส่วน of เครื่องเรือน (เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะรับประทาน อาหารโต๊ะทำงาน และชุดรับแขก) ภายในห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการภายในพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ Mridha (2015) กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการ (Component of Management) เกี่ยวกับที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ที่มีการตรวจสอบหรือการศึกษากันมากที่สุด ประกอบไปด้วย การจัดการด้านการซ่อมแซม การจัดการด้านกฎและระเบียบ การจัดการด้านเจ้าหน้าที่บริการและนโยบาย และการจัดการด้านค่าเช่าและค่าส่วนกลาง ซึ่งโดยรวมการจัดการเรื่องที่อยู่อาศัยมีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าพักอาศัยของผู้บริโภค Gifford (2007) กล่าวว่า เพื่อการทำความเข้าใจต่อความพึงพอใจในที่พักอาศัยจะต้องมีตัววัดความพึงพอใจอย่างเพียงพอ หนึ่งในนั้นคือ การประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการซ่อมแซมและบำรุงรักษา (Component of Maintenance) ที่พักอาศัยให้มีสภาพที่พร้อมใช้งานและสวยงามอยู่เสมอ นอกจากนี้แล้ว Mridha (2015) ยังกล่าวอีกว่า ความต้องการพื้นฐานในชีวิตประจำวันของมนุษย์จึงมักขึ้นกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียงโดยรอบชุมชน (Component of Neighborhood) ดังนั้นแล้วที่พักอาศัยที่น่าอยู่ และสะดวกสบายควรมีองค์ประกอบเช่น มีความเงียบสงบ ไม่มีเสียงรบกวน ไม่มีปัญหาอาชญากรรม มีสถานที่อำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในละแวกใกล้เคียง รวมทั้ง Tennent, Farrel & Tayler (2012) กล่าวว่า ถึงแม้ว่าความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนจะมีความสำคัญ แต่การที่บุคคลอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน อาจส่งผลให้วัฒนธรรมของชุมชนต่างกันไปด้วย สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment) จึงมีความสำคัญต่อพักอาศัย

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาในปัจจัยการจัดการ (Component of Management) การบำรุงรักษา (Component of Maintenance) ละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood) สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient

Environment) ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units) เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms) และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design) โดยผลที่ได้รับจากการวิจัยช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ตลอดจนทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจอพาร์ทเมนท์เพื่อเข้าสู่การแข่งขัน ทางการตลาด อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงทางด้านอพาร์ทเมนท์ เพื่อที่จะรักษาระดับผลกำไรให้คงอยู่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่

1.3.1.1 การจัดการ (Component of Management)

1.3.1.2 การบำรุงรักษา (Component of Maintenance)

1.3.1.3 ละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood)

1.3.1.4 สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment)

1.3.1.5 ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (hedonic Attributes of Dwelling Units)

1.3.1.6 เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances)

1.3.1.7 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms)

1.3.1.8 การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design)

1.3.1.9 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Decision to Rent)

1.3.2 ศึกษาโดยเก็บตัวอย่างข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค ในพื้นที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร โดยเก็บตัวอย่างครั้งนี้อย่างน้อย จำนวน 270 ตัวอย่าง ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ช่วงเดือนมิถุนายน ถึงกรกฎาคม 2559

1.4 คำถามของงานวิจัย

การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัย ในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบ อพาร์ทเมนท์ มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

1.5.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตลอดจนทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เช่า อพาร์ทเมนท์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจอพาร์ทเมนท์เพื่อเข้าสู่การ แข่งขัน ทางการตลาด อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงทางด้านอพาร์ทเมนท์ เพื่อที่จะรักษา ระดับผลกำไรให้คงอยู่ต่อไป

1.5.3 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ คือขยายองค์ความรู้ เกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร เช่น การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบ ของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การ ออกแบบอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น เพื่อเป็นพื้นฐานของงานวิจัยในอนาคต

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 อพาร์ทเมนท์ (Rental Apartments) หมายถึง อาคารที่อยู่อาศัยที่มีการแบ่งห้องพัก เป็นหน่วยอยู่อาศัยหลายหน่วยเพื่อการให้เช่า แต่ละหน่วยอาจจะมีการแบ่งเป็นห้อง ตั้งแต่เป็นห้อง เดียวเนกประสงค์หรือมี 1 ห้องนอน หรือมีหลายห้องนอน ได้แก่ 2 - 3 - 4 ห้องนอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับ ระดับคุณภาพ หรือระดับของราคาเช่า ซึ่งแต่ละหน่วยอยู่อาศัยจะมีห้องน้ำและส่วนพื้นที่ของการ ทำครัวเป็นพื้นฐาน

1.6.2 การจัดการ (Component of Management) หมายถึง อพาร์ทเมนท์ที่มีการบังคับใช้ กฎระเบียบอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน สามารถตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้เช่า อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการบริการจัดการอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ผู้พักอาศัย เช่น ที่จอดรถ มีลิอบ บั้ของอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น

1.6.3 การบำรุงรักษา (Component of Maintenance) หมายถึง การจัดให้มีการ บำรุงรักษาพื้นที่ต่างๆ เช่น ที่จอดรถ อาคาร พื้นและผนังของอาคารรวมทั้งการจัดคิวเวลาที่ใช้สำหรับ

การซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของอพาร์ทเมนท์อย่างเป็นระบบ และการจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัย เช่น รั้ว, ของอาคาร

1.6.4 ละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhoods) หมายถึง ละแวกใกล้เคียงโดยรอบที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ที่น่าอยู่ และสะดวกสบายควรมีองค์ประกอบเช่น มีความเงียบสงบ ไม่มีเสียงรบกวน ไม่มีปัญหาอาชญากรรม มีสถานที่อำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในละแวกใกล้เคียง

1.6.5 สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment) หมายถึง การรับรู้หรือความคิดของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายในพื้นที่ของอพาร์ทเมนท์ เช่น บริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนท์ที่มีแสงสว่าง มีระบบระบายอากาศเพียงพอ มีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ รวมทั้งทัศนคติที่ดีของเพื่อนบ้านที่เช่าห้องอพาร์ทเมนท์เดียวกัน

1.6.6 ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units) หมายถึง ความชอบส่วนบุคคลของผู้พักอาศัย เช่น อยู่ใจกลางเมือง อยู่นอกเมือง ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์มี build-in เฟอร์นิเจอร์ครบครัน หรือห้องฟิตเนส เป็นต้น

1.6.7 เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances) หมายถึง จำนวนของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเช่าพักอพาร์ทเมนท์ เช่น เครื่องซักผ้า ทีวี ไมโครเวฟ เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น

1.6.8 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในอพาร์ทเมนท์นอกเหนือจากเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ห้องสำหรับรับประทานอาหาร ห้องครัว หน้าต่างที่เปิดปิดได้ รวมทั้ง ห้องนอนที่มีประตูปิด

1.6.9 การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design) หมายถึง อพาร์ทเมนท์ที่มีการออกแบบการย้ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่เข้าออกสามารถทำได้สะดวก การออกแบบตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น การออกแบบป้องกันบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าออก รวมทั้งลิฟต์ขึ้นลง

1.6.10 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Decision to Rent) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลในการเลือกแนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพึงพอใจเพื่อที่จะนำไปสู่การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ซึ่งโดยปกติแล้วเกิดจากความสามารถรับรู้ถึงความต้องการ หรือการรับรู้ปัญหาแล้วค้นหาข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ (Component of Management)
- 2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการบำรุงรักษา (Component of Maintenance)
- 2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood)
- 2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment)
- 2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units)
- 2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances)
- 2.7 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms)
- 2.8 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design)
- 2.9 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Decision to Rent)
- 2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.11 สมมติฐานการวิจัย
- 2.12 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 2.13 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ (Component of Management)

Mridha (2015) กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการเกี่ยวกับที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ที่มีการตรวจสอบหรือการศึกษากันมากที่สุด ประกอบไปด้วย การจัดการด้านการซ่อมแซม การจัดการด้านกฎระเบียบ การจัดการด้านเจ้าหน้าที่บริการและนโยบาย และการจัดการด้านค่าเช่าและค่าส่วนกลาง เช่นการศึกษาของ Francescato, et al. (1979) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีฐานะต่ำถึงปานกลางที่ได้รับการช่วยเหลือจากกรมพัฒนาที่อยู่อาศัยและเมือง (HUD: Department of Housing and Urban Development) ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจในการจัดการเรื่องที่อยู่อาศัย

Paris & Kangari (2005) แสดงให้เห็นว่า การบริการจัดการเรื่องที่ทรัพย์สิน การบังคับใช้กฎระเบียบที่อยู่อาศัย และการบริการจัดการเรื่องการสื่อสารกับประชาชน เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย

วิชัย ชัยนาคสิงห์ (2556) กล่าวว่า การจัดการ คือ กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ 5 ขั้นตอนประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง การพิจารณากำหนดแนวทางให้บรรลุเป้าหมาย โดยเกิดจากการใช้ดุลพินิจคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในอนาคต
2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดระเบียบหรือโครงสร้างภายในองค์กร ให้เป็นระบบระเบียบและอยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้น
3. การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารในการใช้ความสามารถชักจูงหรือหว่านล้อมผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติตามคำสั่ง จนสามารถทำให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จได้
4. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การจัดให้ทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ประสานสัมพันธ์สอดคล้องเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ
5. การควบคุม (Controlling) หมายถึง กระบวนการเริ่มตั้งแต่การกำหนดมาตรฐาน การแก้ไขการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาตลอดจนการดำเนินการตามแผน และการประเมินแผน เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการทำงานหรือการบริหารจัดการที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ ทั้งการบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน สามารถตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้เช่าอย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการบริการจัดการอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ผู้พักอาศัย เช่น ที่จอดรถ มีลิฟต์ของอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย

2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการบำรุงรักษา (Component of Maintenance)

Mridha (2015) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัยนั้นส่วนใหญ่เกิดจากนโยบายการจัดการบำรุงรักษาอพาร์ทเมนท์ที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ เช่น การบำรุงรักษาหลักจากการก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์ การบำรุงรักษาสภาพพื้นผิว การบำรุงรักษาลักษณะภายนอกของตัวอาคาร รวมทั้งการบำรุงรักษาสีอาคาร เป็นต้น แต่ทั้งนี้ คุณภาพขององค์ประกอบเหล่านี้ขึ้นอยู่กับวิธีการในการจัดการบำรุงรักษาของแต่ละสถานที่ ซึ่งไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเป็นภาระความรับผิดชอบที่สำคัญ

ประการหนึ่งอันจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย ตามที่ Gifford (2007, p.261) ได้กล่าวว่า เพื่อการทำความเข้าใจต่อความพึงพอใจในที่พักอาศัยจะต้องมีตัววัดความพึงพอใจนี้เพียงพอนั้น นั่นคือ การประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการซ่อมแซมและบำรุงรักษาที่พักอาศัยให้มีสภาพที่พร้อมใช้งานและสวยงามอยู่เสมอ

สืบทองษ์ มาลี (2554) กล่าวว่า พื้นฐานของงานระบบอาคารที่ดี คือการที่ระบบทุกระบบสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ซึ่งจะสมบูรณ์ไม่ได้ถ้าไม่มีการบำรุงรักษาที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยให้อาคารที่พักอาศัยมีความพร้อมแก่การพักอาศัยตลอดเวลา โดยที่แผนกบำรุงรักษาสามารถแบ่งออกได้เป็น แผนกการปฏิบัติงานตามระบบการบำรุงรักษาและแผนกปฏิบัติการเมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย ซึ่งการบำรุงรักษาตามแผนจะทำให้อัตราการชำรุดเสียหายลดลงได้ ส่วนแผนปฏิบัติการเมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย จะทำให้การดำเนินงานสามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว เมื่อเกิดความเสียหาย ดังนั้นเห็นได้ว่าการบำรุงรักษาตามแผนจึงมีความจำเป็น

อธิป ขำวงษ์รัตนโยธิน (2553) กล่าวว่า การบำรุงรักษา หมายถึง การปฏิบัติทั้งหมดที่กระทำต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อซ่อมแซมสิ่งที่ชำรุดเสียหายให้กลับคืนสู่สภาพการใช้งานได้ดีตามกำหนด หรือรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดี หรือป้องกันมิให้ชำรุดเสียหาย หรือปรับปรุงให้แข็งแรงและคงทนมากขึ้น ดูแลรักษาง่ายขึ้น หรือต้องดูแลรักษาน้อยลง ซึ่งจะเห็นได้ว่าการบำรุงรักษาสามารถทำได้หลายรูปแบบเพื่อให้เป็นไปตามที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น ดังนั้นเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบำรุงรักษา และป้องกันความสับสนที่จะเกิดขึ้น จึงนิยมจำแนกกิจกรรมของการบำรุงรักษาทั้งหมดออกเป็นรูปแบบหรือประเภทต่างๆ ดังนี้

1. การบำรุงรักษาแก้ไข หรือการบำรุงรักษาหลังเหตุขัดข้อง หรือการใช้งานจนเกิดเหตุขัดข้องหรือชำรุดเสียหายแล้วค่อยทำการซ่อม
2. การบำรุงรักษาป้องกัน เป็นการบำรุงรักษาที่กระทำเพื่อป้องกันมิให้เสื่อมสภาพหรือชำรุดเสียหาย หรือเพื่อให้แน่ใจว่ายังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่จำเป็นประจำ และสามารถกำหนดแผนการดำเนินงานล่วงหน้าได้
3. การบำรุงรักษาปรับปรุง เป็นการบำรุงรักษาที่กระทำให้สิ่งที่ชำรุดเสียหายมีความแข็งแรงคงทนมากขึ้นจนไม่เกิดการชำรุดเสียหายในลักษณะเดิมอีก หรือให้มีอายุการใช้งานยืนยาวมากขึ้น หรือเพื่อปรับปรุงให้สามารถดูแลรักษาได้ง่ายขึ้นหรือให้มีการดูแลรักษาน้อยลง

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า การบำรุงรักษา หมายถึง การจัดให้มีการบำรุงรักษาพื้นที่ต่างๆ ภายในอาคารที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อซ่อมแซมสิ่งที่ชำรุดเสียหายให้กลับคืนสู่สภาพการใช้งานได้ดีตามกำหนด หรือรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดี หรือป้องกันมิให้ชำรุดเสียหาย หรือปรับปรุงให้แข็งแรงและคงทนมากขึ้น ดูแลรักษาง่ายขึ้น ซึ่งการจัดการ

บำรุงรักษาของแต่ละสถานที่เป็นภาระความรับผิดชอบที่สำคัญประการหนึ่งอันจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย

2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood)

ในทฤษฎีเกี่ยวกับละแวกใกล้เคียงนั้นชุมชนระดับหมู่บ้านเป็นชุมชนที่มีความสำคัญ และเป็นชุมชนที่มีลำดับเล็กที่สุดที่ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของชุมชนเมืองที่ประกอบไปด้วยสมาชิกคือ ครอบครัวภายในชุมชนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน (Adriaanse, 2005; Amerigo & Aragones, 1997 และ Potter & Cantarero, 2006)

Mridha (2015) กล่าวว่า เนื่องจากชุมชนที่อาศัยอยู่ร่วมกันนั้นมีกิจกรรมประจำวันที่เกิดขึ้นแตกต่างกันออกไป เช่น ประชากรบางส่วนทำงาน และศึกษา ซึ่งก่อให้เกิดการเดินทางจากภายในชุมชนออกสู่ภายนอกชุมชนเป็นกิจวัตรประจำวันของคนในชุมชน ดังนั้นความต้องการพื้นฐานในชีวิตประจำวันของมนุษย์จึงมักขึ้นกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในชุมชน และละแวกใกล้เคียงโดยรอบชุมชน ทำให้มีการติดต่อ และการขยายตัวของชุมชน ดังนั้นแล้วที่พักอาศัยที่น่าอยู่ และสะดวกสบายควรมีองค์ประกอบเช่น มีความเงียบสงบ ไม่มีเสียงรบกวน ไม่มีปัญหาอาชญากรรม มีสถานที่อำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในละแวกใกล้เคียง

ภักพล พสุทิพย์ (2552) กล่าวว่า ละแวกใกล้เคียงได้ถูกให้ความสำคัญโดยนักสังคมวิทยา และนักผังเมืองเพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มและสถานที่ กล่าวว่า อธิบายว่า ละแวกใกล้เคียงละแวกบ้านของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน ไม่สามารถสรุปมาเป็นรูปแบบที่ชัดเจนได้ ละแวกบ้านอาจไม่มีความสำคัญกับคนที่หาเช่ากินค่า แต่ขณะเดียวกันมีความสำคัญกับครอบครัวที่เพิ่งแต่งงาน ครอบครัวที่มีเด็กเล็กและคนชรา นอกจากนี้ละแวกใกล้เคียงไม่ใช่เพียงแค่สถานที่ แต่ยังรวมถึงสังคมและการดำเนินชีวิตซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางสังคมของแต่ละกลุ่มละแวกบ้าน จึงอาจกล่าวได้ว่า ละแวกใกล้เคียงละแวกบ้านสะท้อนถึงคุณภาพชีวิตและส่งผลถึงการตัดสินใจตัดสินใจของบุคคล ความมั่นคง ฐานะ ความสำเร็จ การยอมรับทางสังคม และกลายมาเป็นปัจจัยในการตัดสินใจที่จะย้ายที่อยู่อาศัยด้วย ดังมักที่จะมีคำถามประกอบการตัดสินใจเกิดขึ้น ซึ่งคำถามเหล่านี้มักเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน เช่น บริเวณนั้นมีใครอยู่อาศัยบ้าง ย้ายไปจะเจอกับใครบ้าง หรือน่าอยู่แค่ไหน นอกจากนี้ยังรวมถึงปัจจัยที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น แรกกัดดัน เสียง ความวุ่นวาย ความสุขสบาย และความพึงพอใจ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า ละแวกใกล้เคียง หมายถึง สถานที่สังคม และการดำเนินชีวิต ที่ใกล้เคียงโดยรอบที่ตั้งของอาคารที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ ซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางสังคมของแต่ละกลุ่มละแวกบ้าน เช่น ความเงียบสงบ ไม่มีเสียงรบกวน ไม่มีปัญหาอาชญากรรม มีสถานที่อำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในละแวกใกล้เคียง จึงอาจกล่าวได้ว่า ละแวก

ใกล้เคียงละแวกบ้านสะท้อนถึงคุณภาพชีวิตและส่งผลถึงการตัดสินใจด้านความเป็นอยู่ของบุคคล ความมั่นคง ฐานะ ความสำเร็จ การยอมรับทางสังคม และกลายมาเป็นปัจจัยในการตัดสินใจที่จะย้ายที่อยู่อาศัยด้วย

2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment)

Mridha (2015) กล่าวว่า การรับรู้สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรอบเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและบริบท ของสิ่งแวดล้อมในส่วนของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งหมายถึง การรับรู้หรือความคิดของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยรอบภายในพื้นที่พักอาศัย เช่น บริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนต์ที่มีแสงสว่าง มีระบบระบายอากาศเพียงพอ มีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ รวมทั้งทัศนคติที่ดีของเพื่อนบ้านที่เช่าห้องอพาร์ทเมนต์เดียวกัน ซึ่งหากบุคคลมีการรับรู้สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรอบที่ดีก็อาจจะพัฒนาไปสู่การมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่อาศัยอยู่นั้น

นภาพร ฐานิยะพานิชย์ (2558) กล่าวว่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในบริเวณธุรกิจที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ลูกค้ามาสนใจและอยากใช้บริการจะเรียกได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มูลค่าของสินค้าและบริการสูงขึ้นเหมือนกับปัจจัยทำเลที่ตั้ง

ณัฐภูมิ พงษ์เย็น และธำมภ์ วรณกุล (2557) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมโดยรอบ หมายถึง สิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกอาคารและมีผลต่อผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เพราะกิจกรรมบางอย่างเกิดขึ้นภายนอกอาคารและมีผลกับผู้ใช้บริการเช่นเดียวกัน เพื่อให้ครอบคลุมกับแนวทางการปรับปรุง จึงควรพิจารณาเพิ่มเติมจากสิ่งแวดล้อมภายในอาคาร เช่น ทัศนียภาพรอบอาคาร (Outside View or Environment) ส่วนต่อเติมอาคาร (Building Expansion) ที่นั่งพักคอยนอกอาคาร (Seating Area) ที่เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะมีผลต่อการให้บริการผู้ใช้บริการตั้งแต่เมื่อแรกเริ่มเข้ามาทำให้เกิดความประทับใจแรกซึ่งช่วยให้การบริการมีคุณภาพมากขึ้น นอกจากนี้การปรับปรุงให้ภายนอกอาคารมีสิ่งแวดล้อมที่ดี จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับที่พักอาศัยด้วยเช่นกัน

Tennent, Farrel & Taylor (2012) กล่าวว่า ผู้ที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่อยู่อาศัยจะมีการทำงานอุทิศตนเพื่อสังคมมากกว่าบุคคลอื่นๆ (Okun & Michel, 2006) ถึงแม้ว่าความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนจะมีความสำคัญ แต่การที่บุคคลอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน อาจส่งผลให้วัฒนธรรมของชุมชนต่างกันไปด้วย ผู้ที่อาศัยอยู่ในสังคมเมืองซึ่งเป็นสังคมที่ต่างคนต่างอยู่ไม่รู้จักกัน สิ่งแวดล้อมแออัดอาจส่งผลให้บุคคลมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนต่างจากคนที่อาศัยในชนบทซึ่งผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนรู้จักกันมากกว่า แบ่งปัน อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งกล่าวได้ว่าสิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสิ่งแวดล้อมที่เป็นกายภาพ และสิ่งแวดล้อมที่ทางสังคมวัฒนธรรมล้วนมีผลต่อการกระทำพฤติกรรมของบุคคลทั้งสิ้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า สิ่งแวดล้อมโดยรอบ หมายถึง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและบริบทของสิ่งแวดล้อมในส่วนของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น บริเวณโดยรอบของพาร์ทเมนต์ที่มีแสงสว่าง มีระบบระบายอากาศเพียงพอ มีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ รวมทั้งทัศนคติที่ดีของเพื่อนบ้านที่เช่าห้องพาร์ทเมนต์เดียวกัน ซึ่งบรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในบริเวณธุรกิจที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ลูกค้ามาสนใจและอยากใช้บริการ

2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units)

Timothy & Dag (2012) ลักษณะของความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เกิดจากความต้องการความสะดวกสบายที่จะได้รับการพักอาศัยของผู้บริโภคและความต้องการพื้นฐานในการใช้สอยพื้นที่ของแต่ละบุคคล ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและกันส่งผลให้ผู้ธุรกิจพาร์ทเมนต์จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการที่จะจัดเตรียมสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในด้านต่างๆ

Wang (2013) กล่าวว่า ความชอบเป็นกุญแจสำคัญ ในการเรียกความศรัทธาของลูกค้ามากไปกว่านั้น เมื่อลูกค้ามีความชอบและความจงรักภักดีก็จะเกิดการบอกต่อ ซึ่งอาจจะดึงดูดความสนใจของบุคคลอื่น และทำให้เกิดความคาดหวังถึงผลิตภัณฑ์นั้น ตามที่มีการบอกต่อโดยนัยทางคำพูด

กวิน มุสิกกา, กฤษ จรินทร์, สามารถ ตีพิจารณ์ และภูริศ ธรรมสุทร์ (2556) กล่าวว่า การที่จะเลือกว่าสิ่งใดเป็นความชอบและเอกลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถเชื่อมโยงเข้ากับสินค้าให้ได้ นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ที่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างมากจากผู้บริโภค และจากการแข่งขันเพื่อที่จะสามารถกำหนดตำแหน่งสูงสุดของสินค้าได้ โดยพื้นฐานทั่วไปแล้ว ความชอบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าถูกสร้างขึ้นจากการทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นว่ากระบวนการการสร้างสินค้าที่อาศัยคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของสินค้าจะสามารถทำให้ผู้บริโภคพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ด้วยเหตุนี้ ความชอบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเป็นความเกี่ยวข้องที่เป็นที่ปรารถนาของผู้บริโภคและมีอยู่ในสินค้าจริง เช่นสินค้าอาจถูกมองว่ามีความสะดวกสบายสูง (Highly Convenient) น่าเชื่อถือ (Reliable) มีประสิทธิภาพ (Efficient)

รัชชัย สุวรรณสาร (2556) กล่าวว่า ความชอบในตัวสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคมองเห็นว่ามีคุณค่า เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีทัศนคติ ความเชื่อที่ดีต่อคุณสมบัติของสินค้า มีความชอบในสินค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความจงรักภักดีในสินค้าและตราสินค้านั้น

รอยบุญ เลหาวิไล (2556) กล่าวว่า ความชอบในสินค้าคือการที่ลูกค้าได้รับรู้และมีความชอบในสินค้า ซึ่งการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความชอบในสินค้าได้นั้น ผู้ผลิตจะต้องมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกสินค้าได้หลากหลาย

นอกจากนี้ยังพบว่าการศึกษาที่ผู้บริโภคมองมีความชอบสินค้าใดสินค้าหนึ่งมากกว่าสินค้าอื่น อาจเป็นผลมาจากการโฆษณา ซึ่งโดยปกติแล้วการโฆษณาคือการสื่อให้ผู้บริโภคเป้าหมายได้มีการพิจารณาถึงประโยชน์ของตราสินค้านั้นๆ สำหรับความสำคัญของความชอบในสินค้าพบว่าความชอบในสินค้าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินจุดแข็งของสินค้าได้เป็นอย่างดีที่ผู้ผลิตและนักการตลาดจะต้องทำความเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความชอบในสินค้า ซึ่งการศึกษาถึงว่าความชอบในสินค้านั้นจะต้องให้ความสำคัญกับความซับซ้อนในการใช้สินค้า ความเหมาะสมในการใช้ การสังเกตของผู้บริโภค ความเสี่ยงในการใช้ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า ความสามารถในการสื่อสารไปยังผู้บริโภค การยอมรับในสังคมและคุณลักษณะของสินค้า

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักหมายถึง ความชอบของผู้บริโภคแต่ละคนจากการเข้าพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ ที่เกิดจากความต้องการความสะดวกสบายที่จะได้รับจากการพักอาศัยของผู้บริโภค เช่น อยู่ใจกลางเมือง อยู่นอกเมือง ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์มี build-in เฟอร์นิเจอร์ครบครัน หรือห้องฟิตเนส เป็นต้น ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันส่งผลให้ผู้ธุรกิจอพาร์ทเมนท์จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการที่จะจัดเตรียมสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในด้านต่างๆ

2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances)

In Young, Sung & Jeong (2012) กล่าวว่า จำนวนของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเข้าพักอพาร์ทเมนท์ เมื่อมีการประเมินลักษณะของการใช้งานตามวัตถุประสงค์ พบว่า จำนวนของเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศล้วนมีผลอย่างยิ่งต่อการเลือกพักอาศัยอพาร์ทเมนท์

สุรัตน์ สดชื่นจิตต์ (2554) กล่าวว่า ในส่วนของอาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์ต่างๆ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการให้บริการและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค โดยการจัดวางอุปกรณ์ต่างๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสอดคล้องต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค อันส่งผลต่อความประทับใจแรกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ หรือผู้พักอาศัย

เมธินี พุ่มเพชร, สุภาสินี ดันติศรีสุข และศิริพร สัจจามันท์ (2554) กล่าวว่า รูปแบบเครื่องใช้ไฟฟ้าได้พัฒนาให้มีการใช้งานง่าย รูปทรงทันสมัย มีให้เลือกหลายรูปแบบ การผลิตคำนึงถึงประสิทธิภาพในการใช้พลังงานมากกว่าในอดีต ราคาสินค้าแม้จะค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับเครื่องใช้ไฟฟ้าในอดีต แต่เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายตั้งแต่วันที่ซื้อ ค่าดูแลซ่อมบำรุง ค่าไฟฟ้าตลอดการใช้งาน พบว่าเครื่องใช้ไฟฟ้านวัตกรรมใหม่จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้ผลิตได้พัฒนาสินค้าให้มีการประหยัดไฟฟ้า อีกทั้งได้ช่องทางจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงตัวสินค้าได้อย่าง

ทั่วถึง จึงทำให้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในทุกครัวเรือนและทุกพื้นที่ ผู้พักอาศัยจึงมีความต้องการ เครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อใช้ในครัวเรือน เช่น ตู้เย็น หม้อหุงข้าว เครื่องใช้ไฟฟ้าและเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ พัดลมตั้งพื้น และเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิง เช่น โทรทัศน์ เครื่องเสียง

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง หมายถึง เครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเข้าพักอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค เช่น เครื่องซักผ้า ทีวี ไมโครเวฟ เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการให้บริการและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

2.7 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms)

In Young, Sung & Jeong (2012) กล่าวว่า การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในส่วนห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง โดยการดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภคได้แล้ว จะส่งผลต่อการสร้างความประทับใจแรก (First Impression) และนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งจะกลายเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ตลอดจนเป็นการลดภาระต้นทุนในการดำเนินงานในอีกทางหนึ่ง

นภพร ฐานิยะพานิชย์ (2558) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าจะได้รับในห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น ลูกค้าจะพิจารณาสิ่งต่างๆ เหล่านี้เพื่อเป็นองค์ประกอบต่อการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ เพื่อสนองต่อความต้องการของตนเอง

รสสุคนธ์ แซ่เฮีย (2558) กล่าวว่า ผลผลิตทันทีที่จัดขึ้นเพื่อความสะดวกของลูกค้าที่มาใช้บริการห้องพักสามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้ ได้โดยการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการบริการธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการ หรือด้านการพักผ่อน ความสะดวกสบาย เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของลูกค้าหรือผู้บริโภคในการตัดสินใจมาให้บริการของโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

สุรัตน์ สดชื่นจิตต์ (2554) กล่าวว่า ความต้องการทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในพื้นที่ส่วนกลางของผู้พักอาศัย ได้แก่ ความต้องการทางด้านอุปโภคบริโภค นันทนาการ และด้านสาธารณสุขบริการจัดส่งอาหารถึงห้องพัก (Delivery) การบริการฟิตเนสที่เน้นเครื่องออกกำลังกายและร้านสะดวกซื้อ ที่มีสินค้าหลากหลาย ความต้องการทางด้านนันทนาการ ประกอบด้วยสวนหย่อมสำหรับการพักผ่อน มีพื้นที่ส่วนตัวเฉพาะผู้พักอาศัยภายในโรงแรมรับรอง และการมีคอมพิวเตอร์ที่ต่ออินเทอร์เน็ตไว้คอยบริการภายในโรงแรมรับรอง ด้านความต้องการทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกภายในที่พักอาศัย ได้แก่ ความต้องการเตียงขนาด King Size ตู้เสื้อผ้าสำหรับ 1-2 คน โต๊ะรับประทานอาหาร และโต๊ะทำงาน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก หมายถึง ความต้องการทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อเข้าพักอาศัยภายในอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัย ได้แก่ ความต้องการทางด้านอุปโภคบริโภค และด้านสาธารณูปโภค เช่น ห้องสำหรับรับประทานอาหาร ห้องครัว หน้าที่่างที่เปิดปิดได้ รวมทั้ง ห้องนอนที่มีประตูปิด ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าจะได้รับในห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น ลูกค้าจะพิจารณาสิ่งต่างๆ เหล่านี้เพื่อเป็นองค์ประกอบต่อการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ เพื่อสนองต่อความต้องการของตนเอง

2.8 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design)

ธนากรเกียรตินาคิน (2559) กล่าวว่า แนวทางการออกแบบอพาร์ทเมนท์เบื้องต้นนั้น ก็แล้วแต่ผู้ประกอบการจะเน้นวางผังอย่างไร ซึ่ง หากวางผังห้องแคบ-ลึก ก็จะได้จำนวนห้องที่มากขึ้น แต่อาจได้ความโปร่งโล่งสบายน้อยกว่า แบบกว้างตื้น ซึ่งแบบกว้างตื้นนี้จะทำให้ผู้อาศัยได้แสงและความโปร่งโล่งสบายมากกว่า จะทำห้องแบบไหนก็แล้วแต่ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ขนาดห้องพักควรสอดคล้องกับที่จอดรถ เนื่องจากความกว้างของเสาจะกำหนดขนาดช่องจอดรถด้านล่างอาคารพอดี ดังนั้นหากมีที่จอดรถด้านล่างอาคารควรหาขนาดห้องที่เหมาะสมสำหรับที่จอดรถด้านล่างด้วย อย่างไรก็ตามแล้วแต่การออกแบบควรคำนึงให้เหมาะสมกับการแข่งขัน และตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

พิชญ์ อนุชาญ และนราวัฒน์ เลิศวิทยาวิวัฒน์ (2559) กล่าวว่า มาตรฐานที่อยู่อาศัย ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบห้องพักอาศัย โครงการอพาร์ทเมนท์ โดยสามารถจำแนกมาตรฐานการออกแบบที่ที่พักอาศัยได้ดังนี้

1. มาตรฐานที่อยู่อาศัยระดับต่ำสุดประเภทอาคารชุด อาคารหลายชั้นของรายการมาตรฐานแห่งประเทศไทย การกำหนดมาตรฐานที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมระดับต่ำสุดประเภทอาคารชุดและอาคารหลายชั้นของการกำหนดรายการมาตรฐานแห่งประเทศไทย ต้องจัดให้มีสิ่งแวดล้อมที่ถูกละขอนามัย มีอุปกรณ์การกินอยู่ที่เหมาะสม และมีสภาพความเป็นอยู่ที่น่าพอใจสมกับชนิดและคุณภาพของระดับความเป็นอยู่ที่น่ามาพิจารณา

2. มาตรฐานที่อยู่อาศัยในอาคารพักอาศัยประเภทอาคารชุดการเคหะแห่งชาติ ได้มีนโยบายการกำหนดมาตรฐานเพื่อเป็นการกำหนดรายการมาตรฐานขนาดพื้นที่ใช้สอยที่มีสภาพความเป็นอยู่ที่น่าพึงพอใจ ซึ่งไม่ต่ำกว่านี้ให้เกิดสภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี

3. มาตรฐานที่อยู่อาศัยขั้นต่ำของต่างประเทศ (ประเทศญี่ปุ่น) เพื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศเรื่องพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารพบว่า องค์ประกอบหน่วยพัก

อาศัยที่สำคัญ คือ ห้องนอน ห้องน้ำ และส่วนอเนกประสงค์ ขนาดของพื้นที่ใช้สอยในหน่วยพักอาศัย เริ่มตั้งแต่ 5.40 ตารางเมตรต่อคนขึ้นไป โดยมีขนาดหน่วยที่พักอาศัยที่เล็กที่สุด เท่ากับ 10 ตารางเมตรสำหรับ 1 คน และขนาด 14 ตารางเมตร สำหรับ 2 คน โดยมีความสูงของห้องเท่ากับ 2.40 เมตร ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐาน และกฎระเบียบทั่วไป พบว่า มาตรฐานของการเคหะแห่งชาติ ปี 2539 อยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำกว่าของประเทศญี่ปุ่น

ชาลี มธุการ (2557) กล่าวว่า องค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพของอาคารที่ใช้ในการประเมิน นั้นประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ

- 1) Technical Element มุ่งเน้นไปที่ความปลอดภัย ระบบสาธารณูปโภคของอาคาร เช่น การป้องกันอัคคีภัย ระบบโครงสร้างอาคาร สุขาภิบาล เป็นต้น
- 2) Functional Element เน้นความสอดคล้องของกิจกรรมของผู้ใช้อาคาร
- 3) Behavioral Element เน้นการรับรู้และตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของผู้ใช้อาคาร

Timothy & Dag (2012) อธิบายว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ พบว่า ผู้บริโภคมักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคาร สถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ หมายถึง การจัดการด้านโครงสร้างและรูปแบบของอพาร์ทเมนท์ ให้มีความสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้พักอาศัย เช่น อพาร์ทเมนท์ที่มีการออกแบบการย้ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่เข้าออกสามารถทำได้สะดวก การออกแบบตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น การออกแบบป้องกันบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าออก รวมทั้งลิฟต์ขึ้นลง เป็นต้น ซึ่งการออกแบบควรคำนึงให้เหมาะสมกับการแข่งขัน และตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

2.9 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent)

Papagiannidis, See-To & Bourlakis (2014) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเป็นพฤติกรรมของผู้ใช้ที่ผูกพันกับการซื้อสินค้าหรือบริการที่ตนเองพึงพอใจ โดยถ้าหากผู้ใช้มีประสบการณ์ที่ดี หรือมีความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ผู้ใช้ก็จะเลือกสินค้าหรือบริการนั้นเป็นทางเลือกแรก และมีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าหรือบริการนั้นต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ผู้ใช้อาจจะมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือชักจูงบุคคลรอบข้างให้มาใช้สินค้าและบริการที่ตนเองชื่นชอบอีกด้วย

Kotler (2012) กล่าวว่า บทบาทสำคัญของจิตวิทยาขั้นพื้นฐานของกระบวนการนั้น เราจะต้องเข้าใจก่อนว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นทำกันอย่างไร โดยที่ โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อนั้น จะประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การ

ประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ดังแสดงในภาพประกอบ 2 แต่ผู้บริโภคไม่จำเป็นจะต้องทำตามกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนตามลำดับก็ได้ บางครั้งอาจจะข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไป หรือว่าย้อนกลับกระบวนการก็ได้

ปิยะนุช เหลืองงาม (2552) ได้กล่าวว่า ในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจ อาจจำแนกได้อย่างน้อย 2 ประเภท ดังนี้

1) ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญ คือ จะคำนึงถึงว่า แนวทางการตัดสินใจ น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นเช่นใด จึงจะสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณของบุคคลแต่ละคน ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้นการใช้ทฤษฎีนี้ ตัดสินใจในประเด็นปัญหาใดๆ ก็ตาม จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะเป็นเครื่องกำหนดว่า มีปัญหานั้นๆ น่าจะหรือควรจะตัดสินใจอย่างไร จึงจะดีที่สุด ถูกต้องเหมาะสมที่สุด ซึ่งในทรรศนะของบุคคลอื่น ที่มีมาตรฐานความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจจะเห็นว่าไม่เหมาะสมก็ได้ ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีจึงมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง

2) ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) คือ เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรก กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่ว่า การตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาหนึ่งๆ จะต้องกระทำอย่างไร จึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้น จะเป็นที่ชื่นชอบหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้ จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใด หรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผล มีความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้นจึงได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่แน่นอน ตลอดจนมีการนำเอาเทคนิคสมัยใหม่ต่างๆ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจด้วย เพื่อที่จะให้การตัดสินใจนั้น มีความถูกต้องเหมาะสมที่สุด

Blacwell, Miniard & Engle (2006) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะผ่านขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอนดังนี้

1) การตระหนักถึงปัญหา กระบวนการการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ซึ่งความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก

2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า นั้น ซึ่งสามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ ระดับการค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เรียกว่าการเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น และในระดับถัดมา บุคคลอาจเข้าสู่การค้นหาข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้น การรวบรวมข้อมูลทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับตราสินค้าที่แข่งขันกันในตลาด ตลอดจนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะประมวลข้อมูล

เกี่ยวกับตราสินค้าในเชิงเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้านั้นๆ ในขั้นตอนสุดท้ายอย่างไร

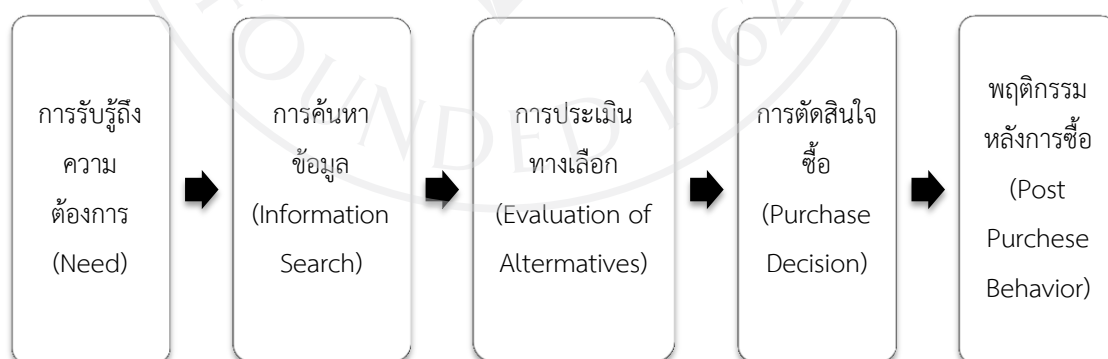
3) กระบวนการประเมินผลข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยพื้นฐานอยู่บนทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อโดยอาศัยจิตใต้สำนึกและมีเหตุผลสนับสนุน

4) การตัดสินใจ ในการประเมินผลทางเลือกนี้ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความชอบในระหว่างตราสินค้าต่างๆที่มีอยู่ในทางเลือกเดียวกัน นอกจากนี้ผู้บริโภคอาจสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด แต่อาจมี 2 ปัจจัยที่เข้ามาสอดแทรกความตั้งใจและการตัดสินใจในการซื้อ คือ ทศนคติของผู้อื่น และปัจจัยด้านเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ตามระดับความพอใจ งานของนักการตลาดจึงต้องคอยตรวจสอบความพอใจหลังการซื้อของผู้บริโภคด้วย ได้แก่ กิจกรรมหลังการซื้อ การใช้ และการจัดการหลังการซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) หมายถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ (1) การรับรู้ถึงความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ภาพที่ 2.1: กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่* (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

1) การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น

เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนา (Desire Needs) อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา (Psychological Needs) สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะจัดการประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร งานของนักการตลาดในขั้นนี้ก็คือ จัดสิ่งกระตุ้นความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า

2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันทีด้วยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ (1) แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก (2) แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย งานของนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในขั้นตอนนี้ คือ พยายามจัดข้อมูลข่าวสารให้ผ่านแหล่งการค้าและแหล่งบุคคลให้มีประสิทธิภาพและทั่วถึง

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินทางเลือกต่างๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆ ที่ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ง่ายและไม่ใช้กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช้เป็นผู้ซื้อคนเดียวหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อ กระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

3.1) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกันคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์นอกจากทำให้เกิดความสนใจโดยทั่วๆ ไปแล้วผู้บริโภคจะมีความต้องการแตกต่างกัน สิ่งที่น่าสนใจแตกต่างกัน นักการตลาดจึงแบ่งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ออกเป็นส่วนๆ ตามคุณสมบัติที่สร้างความพอใจขั้นต้นให้แก่ผู้ซื้อได้แตกต่างกัน

3.2) ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

3.3) ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคและความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4) ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่างๆ

4) การตัดสินใจ (Purchase Decision) จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นตอนที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพึงพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือกต่างๆ ไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด และปฏิเสธซื้อสินค้าที่ตนเองไม่มีความพอใจที่จะซื้อ

5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ หรือถ้าไม่ตรงกับความคาดหวังหรือต่ำกว่าที่คาดหวัง ย่อมเกิดผลในทางลบ นั่นคือผู้บริโภคไม่พอใจและมีแนวโน้มจะไม่ซื้อซ้ำบ่อยข้างสูง

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ตนเองพึงพอใจ โดยถ้าหากผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่ดี หรือมีความพึงพอใจการพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์นั้นๆ ผู้บริโภคก็จะเลือกอพาร์ทเมนท์นั้นเป็นทางเลือกแรก และมีแนวโน้มที่จะเช่าพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์นั้นต่อไปในอนาคต ซึ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลในการเลือกแนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพึงพอใจเพื่อที่จะนำไปสู่การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค

2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณิการ์ พวงมาลา และเพ็ญจิรา คັນธวงค์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ งานวิจัยจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยความภริมย์ (Pleasure) ปัจจัยการป้องกันและการรักษาความปลอดภัย (Security and Protection) ปัจจัยความสะดวกสบาย และสภาพแวดล้อม (Convenience and Environment) ปัจจัยราคา (Price) ปัจจัยคุณภาพการบริการ (Service Quality) ปัจจัยความน่าเชื่อถือ (Trust) ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ที่มีผลเชิงบวกต่อปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้บริการ (Intention to Use) ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 250 ชุด จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในจังหวัดกระบี่ ในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม 2558 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีเพียงปัจจัยความน่าเชื่อถือ (Trust) ($\beta = 0.206$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ร้อยละ 46.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จิรพงศ์ มหจิตรเลิศนันท์ และเพ็ญจิรา คันธวงค์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้อยู่อาศัย บ้านจัดสรรของตราสินค้า A ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัย ความผูกพันใน ตราสินค้า การรับรู้ถึงตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า เจ้าหน้าที่พนักงาน การรับรู้ในคุณภาพ การรับรู้ในความคุ้มค่า ประสบการณ์การให้บริการ คุณภาพที่รับรู้ได้ ความสอดคล้องของตราสินค้ากับผู้ใช้ที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้า จากแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด จากผู้อาศัยอยู่บ้านจัดสรรของตราสินค้า A ในพื้นที่ของถนนศรีนครินทร์ และถนนรามอินทรา ในกรุงเทพมหานคร ช่วงสิงหาคมถึงกันยายน 2558 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีเพียงความสอดคล้องของ ตราสินค้ากับผู้ใช้ ($\beta = 0.634$) การรับรู้ในคุณภาพ ($\beta = 0.234$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีใน ตราสินค้า A ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลต่อความภักดีในตราสินค้าบริษัท A ได้ร้อยละ 71.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาวีน บุญเสริมวงศ์กิจ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ความเป็นไปได้ของการจัดตั้ง นรสิงห์ บุติก เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ มีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์บริเวณรอบๆ Airport Link ราชปรารภ จำนวน 400 คน ด้านปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเป็นส่วนตัวภายในห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตามลำดับ ซึ่งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับการมีร้านสะดวกซื้อ มีสินค้าหลากหลาย มีร้านทำผมที่มีการบริการทั้งชาย และหญิง มีแม่บ้านเข้ามาทำความสะอาด มีร้านขายกาแฟ และเครื่องดื่ม และมีพื้นที่ส่วนกลาง สำหรับพบปะเพื่อน

พรชัย ปิลันธน์รัตน์ และอิทธิกร ชำเดช (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ใช้บริการห้องพักของบริการอพาร์ทเมนท์รวม 5 แห่ง จำนวนรวม 230 ตัวอย่าง ซึ่งทำการศึกษาในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม 2556 ถึงกุมภาพันธ์ 2557 ผลการศึกษา พบว่า ทุกปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ยกเว้น ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานครและทุกปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยาและด้านสังคม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตธนบุรีกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วรรณนิภา มหาวงศ์ (2556) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดการเข้าพักอาศัย หรือการเช่าบริการอพาร์ทเมนท์ในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้เช่า หรือ

ผู้ที่สนใจจะเช่าอพาร์ทเมนท์ในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ในภาพรวม นอกจากนี้ยังพบว่า กลยุทธ์ระดับผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ระดับผลิตภัณฑ์ด้านประโยชน์หลัก และ กลยุทธ์ระดับผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ควบ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ในภาพรวม

สุรัตน์ สดชื่นจิตต์ (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ระดับกลางกรณีศึกษา มายเฮ้าส์เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ พบว่า ลักษณะการเช่าพักอาศัยในห้องพักมีมีขนาด 25-30 ตารางเมตร โดยพักอาศัยคนเดียว และมีระยะเวลาในการพักอาศัยนานกว่า 1 ปี ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าพัก 3 อันดับแรก คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความเป็นส่วนตัวภายในที่พักอาศัย และความสะอาดสบายในการอยู่อาศัย ส่วนความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก 3 อันดับ ได้แก่ ขนาดของเตียง ขนาดตู้เสื้อผ้า และขนาดของชุดรับแขก ซึ่งคนส่วนใหญ่มีความต้องการเตียงขนาด King Size (6 x 6 ฟุต) ตู้เสื้อผ้าสำหรับ 1-2 ซึ่งมีความยาว 1.50 x 0.60 เมตร โต๊ะรับประทานอาหารทรงกลมสำหรับ 2 ที่นั่ง ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 0.80 เมตร และโต๊ะทำงานขนาดเล็ก ที่มีความยาวในช่วง 1.00 – 1.20 เมตร ด้านพื้นที่ส่วนกลาง มีความต้องการด้านอุปโภคบริโภค นันทนาการและด้านสาธารณูปโภค ตามลำดับ การบริการจัดส่งอาหารตามห้องพัก (Delivery) การบริการฟิตเนสที่เน้นเครื่องออกกำลังกายและร้านสะดวกซื้อที่มีสินค้าหลากหลายตามลำดับ ซึ่งในด้านนันทนาการสามอันดับแรก คือ สวนหย่อม สำหรับการพักผ่อน มีพื้นที่ส่วนตัวเฉพาะผู้พักอาศัยภายในโถงรับรอง และการมีคอมพิวเตอร์ที่ต่ออินเทอร์เน็ตไว้คอยบริการภายในโถงรับรอง นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่าการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความเป็นส่วนตัวภายในที่พักอาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอาศัย ตามลำดับ

Mozammel (2015) ศึกษาเรื่อง การอยู่อาศัยในอพาร์ทเมนท์ การศึกษาค้นคว้านี้เป็นการสำรวจความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของที่อยู่อาศัยของผู้ที่พักอาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ ในกรุงเทพฯ เมืองหลวงของประเทศบังคลาเทศ ใช้การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจโดยเลือกสุ่มตัวอย่างจำนวน 204 ตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์และในละแวกใกล้เคียง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การจัดการการบำรุงรักษา นอกจากนี้ยังพบว่าสถานที่ตั้งของอาคารยังเป็นปัจจัยบ่งชี้ที่สำคัญต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย ดังนั้นการออกแบบอพาร์ทเมนท์และสิ่งแวดล้อมโดยรวมถึงละแวกใกล้เคียง มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเลือกพักอาศัย ดังนั้นการออกแบบด้านสิ่งแวดล้อม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเช่าพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์เทียบเท่ากับการออกแบบทางสถาปัตยกรรม ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้านี้แสดงให้เห็นถึงผลความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ เป็นโครงสร้างหลายมิติที่ขึ้นอยู่กับระดับประสิทธิภาพของปัจจัยที่กล่าวถึงในการศึกษาค้นคว้า

Timothy & Dag (2012) ศึกษาเรื่องการเลือกปฏิบัติในตลาดเช่า: หลักฐานจากนอร์เวย์ การศึกษาค้นคว้านี้เป็นการศึกษาการเลือกปฏิบัติในตลาดที่อยู่อาศัยให้เช่า วิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ทำสัญญาเช่าที่อยู่อาศัยในประเทศนอร์เวย์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้เช่าที่เป็นบุคคลต่างประเทศ เป็นลูกค้าที่มีความสำคัญสำหรับหน่วยธุรกิจที่อยู่อาศัยของประเทศนอร์เวย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เช่าที่ต่างประเทศที่มีความสำคัญมากที่สุดในประเทศนอร์เวย์ ได้แก่ผู้เช่าชาวแอฟริกัน และสุดท้ายนี้ผู้เช่าชาวนอร์เวย์ที่มีพ่อหรือแม่เป็นชาวต่างประเทศยังมีความสำคัญต่อธุรกิจที่อยู่อาศัยให้เช่าเช่นเดียวกับผู้เช่าต่างประเทศในประเทศนอร์เวย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

In Young , Sung & Jeong (2012) ศึกษาเรื่องลักษณะการใช้พลังงานของอพาร์ทเมนท์อาคารสูง (high-rise apartment) ตามรูปร่างอาคารและการพัฒนาแบบผสมผสาน การศึกษาค้นคว้านี้ระบุลักษณะของการใช้พลังงานในอพาร์ทเมนท์อาคารสูงผ่านชุดของกรณีศึกษาและการสำรวจถิ่นที่อยู่อาศัย ผลการศึกษาพบว่า อาคารอพาร์ทเมนท์อาคารสูงสามารถจำแนกเป็นอพาร์ทเมนท์แบบผสม และอพาร์ทเมนท์แบบที่อยู่อาศัยทั่วไป ในการประเมินผลในลักษณะของการใช้พลังงานไฟฟ้าพบว่า ในอพาร์ทเมนท์แบบผสมแสดงให้เห็นพฤติกรรมที่สูงขึ้นของการจัดการความร้อน และปรับขึ้นอย่างมากกับการใช้งานไฟฟ้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูร้อนมากกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ที่อยู่อาศัยทั่วไป นอกจากนี้ยังพบว่าการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ ในอาคารแบบผสมพบว่ามีสูงกว่าผู้ที่อยู่ในอาคารที่อยู่อาศัยทั่วไป

2.11 สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 การบำรุงรักษาที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ความสะดวกใกล้เคียงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 สิ่งแวดล้อมโดยรอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พำนักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 8 การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2.12 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.12.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งออกเป็น

2.12.1.1 การจัดการ (Component of Management)

2.12.1.2 การบำรุงรักษา (Component of Maintenance)

2.12.1.3 ละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood)

2.12.1.4 สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment)

2.12.1.5 ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units)

2.12.1.6 เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances)

2.12.1.7 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms)

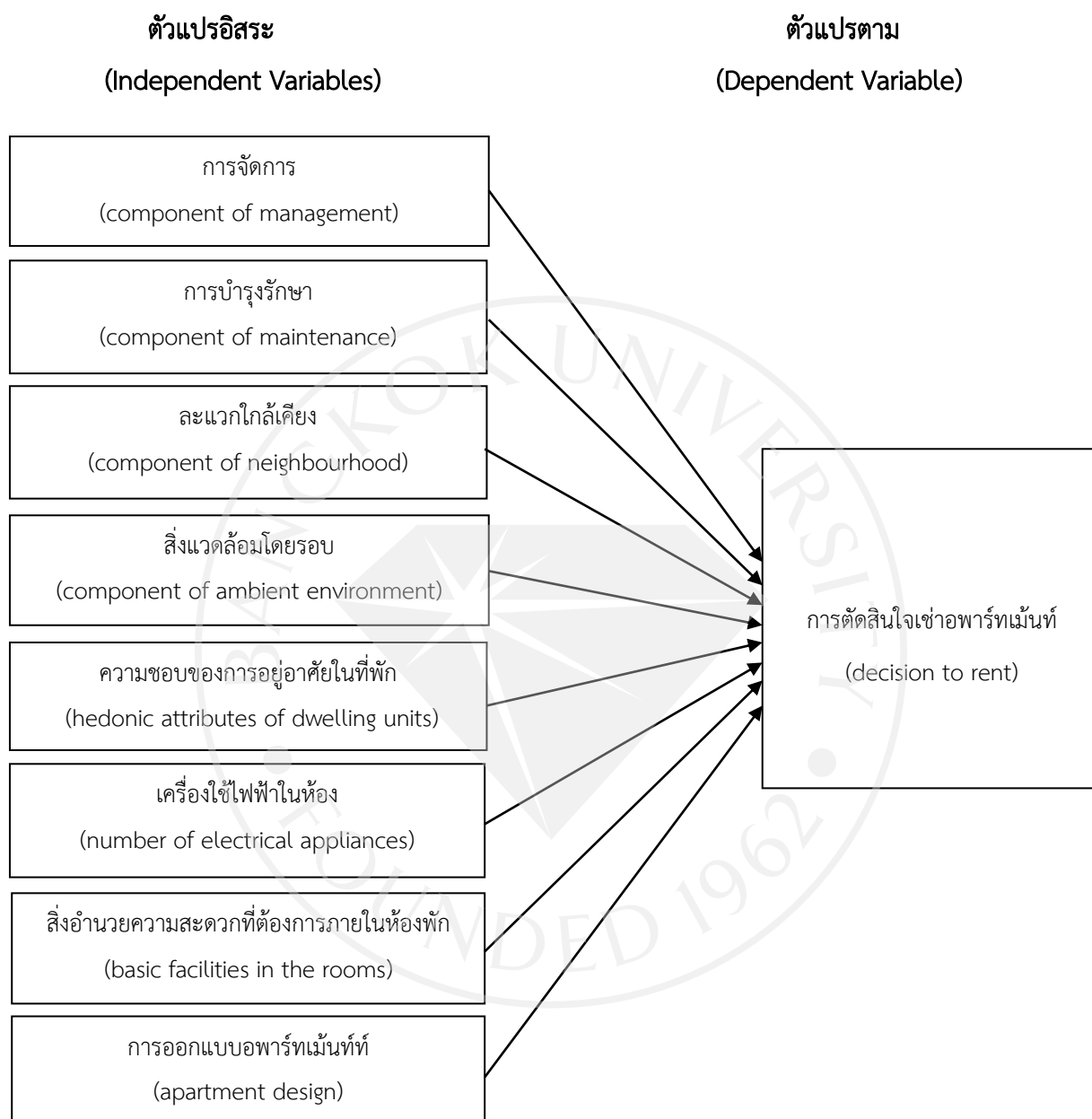
2.12.1.8 การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design)

2.12.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to Rent)

2.13 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เพื่อนำไปใช้ในการพิสูจน์สมมติฐานการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 2.2 ดังนี้

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในพื้นที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และรัชดาภิเษก จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณอพาร์ทเมนท์จำนวนมากและมีอัตราการเข้าพักที่สูงมากกว่าร้อยละ 95 (ธนาคารเกียรตินาคิน, 2558)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และรัชดาภิเษก ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเลือกตัวอย่างดังนี้

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้โดยอ้างอิงจากสูตรการกำหนดขนาดของตัวอย่างจากกลุ่มประชากรทั่วไปมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้หลักการคำนวณของ (Cohen, 1977) จากแบบสอบถามที่เป็น Pilot Test จำนวน 40 ชุด โดยใช้

โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.7 เพราะเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ (Cohen, 1977) และผ่านการรับรองและตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน (Erdfelder, Faul & Buchner, 1996 และ นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ในการคำนวณกำหนดค่าเพาเวอร์ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.95 ค่าอัลฟา (α) เท่ากับ 0.05 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 8 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.0894222 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R^2 เท่ากับ 0.08208225) ผลที่ได้คือขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องเก็บสำหรับงานวิจัยครั้งนี้อย่างน้อยคือ จำนวน 263 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้เก็บเป็นจำนวน 270 ตัวอย่าง (Cohen, 1977)

3.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเลือกหน่วยตัวอย่างที่ไม่มีหลักเกณฑ์ นั่นคือเลือกใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้แต่ต้องอยู่ในกลุ่มรวมของประชากรที่สนใจศึกษา เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ (หทัยชนก พรุรงค์เจริญ, 2555) แต่ต้องเป็นผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยได้ทำการเลือกกลุ่มประชากรทั่วไปในพื้นที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และรัชดา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณ อพาร์ทเมนท์จำนวนมากและมีอัตราการเข้าพักที่สูงมากกว่าร้อยละ 95 (ธนาคารเกียรติ นาคิน, 2558) เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เหล่านี้ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น โดยการสอบถามเบื้องต้นว่าเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์หรือไม่ เมื่อใช้กลุ่มเป้าหมายจึงทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทำจนครบจำนวน 270 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.3.1 ศึกษาจาก เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาเฉพาะบุคคล

3.3.2 การสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค

3.3.3 ทหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้านเนื้อหาของคำถามหลังจากสร้างเครื่องมือในการวิจัยจากนั้นจึงนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล 1 ท่าน ได้แก่ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ และให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอาหารที่เน้นที่ให้เช่า คุณสุขชี รอดทอง ผู้จัดการเจริญสุขเฮ้าส์ อพาร์ทเมนท์ และคุณนิตยา ชัยแก้ว ผู้จัดการจัสโก้ แมนชั่น (จดหมายตอบรับการเป็นผู้เชี่ยวชาญและแบบฟอร์มให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาอ้างอิงในภาคผนวก) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง และให้การเสนอแนะในการทำวิจัยซึ่งถือเป็นการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และให้ได้ข้อความที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด และนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นและความสอดคล้องของแบบสอบถาม ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงค่าความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3.3.5 การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis ของแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด เพื่อทำการวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยต่างๆ ตามทฤษฎีที่ได้ศึกษาของงานวิจัยนี้ ได้แก่ การจัดการ การบำรุงรักษา ความสะดวกสบาย สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค เพื่อให้แน่ใจว่าการจัดกลุ่มคำถามของแต่ละปัจจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีที่ศึกษา (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548 และ ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนา, 2555)

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close-ended Response Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ อพาร์ทเมนท์ที่เคยเช่า แนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ ราคาเช่าอพาร์ทเมนท์ อัตราค่าเช่าล่วงหน้า อัตราเงินมัดจำ การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ และการมีที่พักอาศัยอยู่แล้ว โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close-ended Response Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อม โดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ ภายในห้องพัก การออกแบบของพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นปลายปิด (Close-ended Response Question) มีจำนวนทั้งสิ้น 38 ข้อ ประกอบไปด้วย

| | |
|--|-------------|
| ด้านการจัดการ | จำนวน 4 ข้อ |
| ด้านการบำรุงรักษา | จำนวน 6 ข้อ |
| ด้านละแวกใกล้เคียง | จำนวน 4 ข้อ |
| ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ | จำนวน 4 ข้อ |
| ด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก | จำนวน 4 ข้อ |
| ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง | จำนวน 4 ข้อ |
| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก | จำนวน 4 ข้อ |
| ด้านการออกแบบของพาร์ทเมนท์ | จำนวน 4 ข้อ |
| ด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค | จำนวน 4 ข้อ |

โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

| | |
|----------------------------|------------|
| ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง | มากที่สุด |
| ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง | มาก |
| ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง | ปานกลาง |
| ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง | น้อย |
| ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง | น้อยที่สุด |

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแปรผล ซึ่งผลคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค, 2548)

$$\begin{aligned}
 \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการประเมินผล การอภิปรายในส่วนของ Descriptive ผลของการวิจัย ลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้ เกณฑ์เฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้า ในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้า ในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้า ในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้า ในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของชนิดของการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับคำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Response Question) ให้มีการแสดงความคิดเห็น จำนวน 1 ข้อ

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

จากการเก็บแบบสอบถามโดยนำทดสอบใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผลดังนี้ คำถามด้านการจัดการ เท่ากับ 0.819 คำถามด้านการบำรุงรักษาคำถามด้านละแวกใกล้เคียง เท่ากับ 0.847 คำถามด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ เท่ากับ 0.878 คำถามด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เท่ากับ 0.829 คำถามด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง เท่ากับ 0.872 คำถามด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก เท่ากับ 0.873 คำถามด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ เท่ากับ 0.843 และคำถามด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค เท่ากับ 0.921 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมา แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูง เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978)

นอกจากนั้น ผู้วิจัยมีการวิเคราะห์การหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยมีตัวแปรทั้งหมด ดังนี้

1. การจัดการ (Component of Management)
2. การบำรุงรักษา (Component of Maintenance)
3. ละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood)
4. สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment)
5. ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units)
6. เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances)
7. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms)
8. การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design)
9. การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Decision to Rent)

ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามจากโครงสร้างข้างต้นได้จำนวน 38 ข้อ ดังนี้ คำถามด้านการจัดการ จำนวน 4 ข้อ ด้านการบำรุงรักษา จำนวน 6 ข้อ ด้านละแวกใกล้เคียง จำนวน 4 ข้อ ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ จำนวน 4 ข้อ ด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก จำนวน 4 ข้อ ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง จำนวน 4 ข้อ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก จำนวน 4 ข้อ ด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ จำนวน 4 ข้อ และด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค จำนวน 4 ข้อ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างด้วยวิธี Principal Component Analysis ในการหาจำนวนขององค์ประกอบ (Factor) ที่เกิดจากข้อคำถามต่างๆ และกำหนดค่าไนโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของข้อคำถามแต่ละองค์ประกอบ โดยให้ Eigenvalue มีค่าเท่ากับ 1 เป็นค่าต่ำที่สุดในการควบคุมจำนวนองค์ประกอบ แล้วกำหนดค่าหมุนแกน Orthogonal แบบ Varimax เพื่อให้ข้อคำถามบางตัวที่เดิมเป็นสมาชิกหลายองค์ประกอบ

กลายเป็นสมาชิกขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งอย่างเด่นชัด เป็นการแยกว่าข้อคำถามใดควร จะอยู่ในองค์ประกอบใด ผลลัพธ์ คือ หลังจากการหมุนแกน 5 ครั้ง ผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถามต่างๆ ว่ามีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใดก็จะจัดให้อยู่ในองค์ประกอบนั้น แต่มีข้อแม้ว่าค่า factor loading ของแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Nitiphong, 2012; ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548 และ รสริน ศรีสีกันนทร์, 2555) ผลลัพธ์ของการวัดความเที่ยงตรงในตัวแปรต่างๆ มีดังนี้

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านการจัดการ (CM) การบำรุงรักษา (CT) ละแวกใกล้เคียง (CN) สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (CA) ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (HA) เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (NE) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (BF) การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (AD) และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค (DR) ที่ $n = 270$

| | CM | CT | CN | CA | HA | NE | BF | AD | DR |
|-----|-------|-------|-------|----|----|----|----|----|----|
| CM1 | 0.530 | | | | | | | | |
| CM2 | 0.575 | | | | | | | | |
| CM3 | 0.538 | | | | | | | | |
| CM4 | 0.571 | | | | | | | | |
| CT1 | | 0.610 | | | | | | | |
| CT2 | | 0.753 | | | | | | | |
| CT3 | | 0.767 | | | | | | | |
| CT4 | | 0.722 | | | | | | | |
| CT5 | | 0.691 | | | | | | | |
| CT6 | | 0.592 | | | | | | | |
| CN1 | | | 0.659 | | | | | | |
| CN2 | | | 0.605 | | | | | | |
| CN3 | | | 0.668 | | | | | | |
| CN4 | | | 0.623 | | | | | | |

(ตารางมีต่อ)

จากตารางที่ 3.1 สามารถอธิบายปัจจัยด้านต่างๆ ได้ดังนี้

ด้านการจัดการ (Component of Management)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการจัดการ (Component of Management)

สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ อพาร์ทเมนท์ควรบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเป็นทางการและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน (CM1) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีความเร็วในการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้เช่าอย่างรวดเร็ว (CM2) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดที่จอดรถในอพาร์ทเมนท์ให้ผู้เช่าทุกคน (CM3) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีลิบบี่ของอพาร์ทเมนท์ด้าน (CM4)

ด้านการบำรุงรักษา (Component of Maintenance)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการบำรุงรักษา (Component of Maintenance)

สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค factor analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อคำถาม ได้แก่ เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีการบำรุงรักษาที่จอดรถ (CT1) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีการจัดคิวเวลาที่ใช้สำหรับการซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของอพาร์ทเมนท์อย่างเป็นทางการ (CT2) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีการบำรุงรักษาอาคาร (CT3) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดสิ่งแวดล้อมภายในอาคารให้มีความปลอดภัย (CT4) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัย เช่น รั้ว, ของอาคาร (CT5) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้การบำรุงรักษาพื้นและผนังของอาคารอย่างสม่ำเสมอ (CT6)

ด้านละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านละแวกใกล้เคียง (Component of Neighborhood)

สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีทางม้าลายไม่เกิน 200 เมตร (CN2) ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีระดับเสียงรบกวนน้อย (CN1) ที่ตั้งของ อพาร์ทเมนท์ไม่ควรมีปัญหาอาชญากรรมโดยรอบ (CN3) ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีร้านสะดวกซื้อ (CN4)

ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Component of Ambient Environment)

สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ บริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนท์ควรมีแสงสว่างเพียงพอ (CA1) ในบริเวณของอพาร์ทเมนท์ควรมีระบบระบายอากาศเพียงพอ (CA2) อาคารของอพาร์ทเมนท์ควรมีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ (CA3) เพื่อนบ้านโดยรอบของอพาร์ทเมนท์ควรมีทัศนคติที่ดีต่อผู้เช่าโดยทั่วไป (CA7)

ด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (Hedonic Attributes of Dwelling Units) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ อพาร์ทเมนท์ที่ควรสร้างอยู่ใจกลางเมือง (HA1) อพาร์ทเมนท์ที่สร้างอยู่นอกเมือง (HA2) ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมี Build-in เฟอร์นิเจอร์ครบครัน (HA3) ภายในอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องฟิตเนส (HA4)

ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (Number of Electrical Appliances) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีเครื่องซักผ้า (NE1) ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีทีวี (NE2) ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีไมโครเวฟ (NE3) ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีเครื่องทำน้ำอุ่น (NE4)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (Basic Facilities in the Rooms) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องสำหรับรับประทานอาหาร (BF1) ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องครัว (BF2) ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีหน้าต่างที่เปิดปิดได้ (BF3) ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องนอนที่มีประตูปิด (BF4)

ด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (Apartment Design) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ อพาร์ทเมนท์ควรมีการย้ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่เข้าออก เช่น โซฟา สามารถทำได้สะดวก (AD1) อพาร์ทเมนท์ควรมีการออกแบบตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น (AD2) อพาร์ทเมนท์ควรมีการออกแบบป้องกันบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าออก (AD3) อพาร์ทเมนท์ตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไปควรมีลิฟต์ขึ้นลง (AD4)

ด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Decision to Rent)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Decision to Rent) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ฉันยินดีที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ในอนาคตรันไกลล์ (DR1) ฉันจะแนะนำให้อีกคนอื่นเช่าอพาร์ทเมนท์ที่เดียวกับฉัน (DR2) ฉันคิดว่าการเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ฉัน

เลือกเป็นอพาร์ทเมนต์ที่เหมาะสมสำหรับฉัน (DR3) ฉันทวางแผนที่จะเช่าอพาร์ทเมนต์ในอนาคตอันใกล้ (DR4)

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาและนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มของตัวอย่างที่ได้คัดเลือกอย่างน้อย จำนวน 270 ชุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคม 2559

3.5.2 ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนจะนำมาประมวลผลในระบบ โดยได้รับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลและผู้เชี่ยวชาญข้างต้นดังกล่าว

3.5.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และทำการเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์มาลงรหัสตัวเลขในแบบลงรหัสสำหรับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตาราง และบทความ ผลงานวิจัยที่ทำมาการศึกษามาก่อน และรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่สามารถหาได้ โดยเกี่ยวข้องกับ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนต์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค เพื่อใช้ในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยและสามารถใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัยได้

3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวมและทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คือ SPSS ทำวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.6.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป

3.6.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

3.6.3 นำแบบสอบถามที่ส่งรหัสแล้วไปบันทึกลงในโปรแกรมประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประมวลผลข้อมูล โดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Level of Significance)

3.6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม จะทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

3.6.4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

- 1) ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ
- 2) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ
- 3) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ทำการวิเคราะห์ โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
- 4) ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับคำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค

3.6.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics analysis) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

- 1) การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient)
- 2) การบำรุงรักษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)
- 3) ละแวกใกล้เคียงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)
- 4) สิ่งแวดล้อมโดยรอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)

5) ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)

6) เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)

7) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)

8) การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)

9) การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีอิทธิพลในการพยากรณ์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.7 วิธีการทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

3.7.1 ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (Reliability of the Test) โดยการใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

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

| | | |
|-------|--------------|---|
| เมื่อ | α | แทนค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ |
| | n | แทนจำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม |
| | $\sum S_i^2$ | แทนผลรวมค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ |
| | S^2 | |

3.7.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

3.7.2.1 ร้อยละ (Percentage) เป็นสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความถี่หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมด โดยเทียบเป็น 100 ทำการหาค่าร้อยละจากสูตร ดังต่อไปนี้ (อภิรักษ์ จันตะเสนี, 2549 อ้างใน ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552, หน้า 34)

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทนค่าร้อยละ

f แทนความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

N แทนจำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่าและสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบกันได้

3.7.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือค่าเฉลี่ย

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทนค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

n แทนจำนวนของคะแนนในกลุ่ม

3.7.2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจาย เขียนแทนด้วย S.D. หรือ S (กัลยาพานิชย์บัญชา, 2545 อ้างใน ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552, หน้า 35)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

หรือ

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n - 1)}}$$

| | | |
|-------|----------|----------------------------|
| เมื่อ | S.D. | แทนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| | X | แทนค่าคะแนน |
| | n | แทนจำนวนคะแนนแต่ละกลุ่ม |
| | Σ | แทนผลรวม |

3.7.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.7.3.1 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variable) หนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานหากทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็จะทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้สามารถเขียนให้อยู่ในสมการเชิงเส้นตรงรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

| | | |
|-------|-------------------|--|
| เมื่อ | \hat{Y} | คือคะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม |
| | b_0 | คือค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ |
| | b_1, \dots, b_k | คือน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ |
| | X_0, \dots, X_k | คือคะแนนตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k |
| | k | คือจำนวนตัวแปรอิสระ |

3.7.3.2 วิธีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกันโดยทำการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) มีสมมติฐานของการทดสอบคือ $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$ เทียบกับ $H_1: \text{มี } \beta_i \text{ อย่างน้อย 1 ตัวที่ } \neq 0 \text{ (} i=1, \dots, k \text{)}$ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

| แหล่งความแปรปรวน (source of variance) | องศาอิสระ (df) | ผลบวกกำลัง สอง (sum square: SS) | ผลบวกกำลังสอง เฉลี่ย (mean square: MS) | F-statistics |
|--|-------------------|---------------------------------------|--|-----------------------|
| การถดถอย (Regression) | k | SSR | $MSR = \frac{SSR}{K}$ | $F = \frac{MSR}{MSE}$ |
| ความคลาดเคลื่อน (Error/ Residual) | n-k-1 | SSE | $MSE = \frac{SSE}{n-k-1}$ | |
| ผลรวม (Total) | n-1 | SST | | |

ที่มา: กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร* (พิมพ์ครั้งที่ 3).

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมื่อ k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

n คือ จำนวนตัวอย่าง

SST (Sum Square of Total) คือค่าความแปรปรวนทั้งหมดของ

$$Y = \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2$$

SSR (Sum Square of Regression) คือค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ X_0, \dots, X_k

SSE (Sum Square of Error/Sum Square of Residual) คือค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่นๆ $\sum_{i=1}^n (-)$

MSR (Mean Square of Regression) คือค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ X_0, \dots, X_k

MSE (Mean Square of Error) คือค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น

F คือค่าสถิติทดสอบที่พิจารณาการแจกแจงแบบ F (F-distribution) จากการปฏิเสธ H_0 เมื่อค่า F ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า $F_{1-\alpha, k, n-k-1}$

3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (บุญชม ศรีสะอาด, 2538 อ้างใน ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552, หน้า 38)

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X\sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

- เมื่อ R_{xy} คือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
 Σ คือผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1
 Σ คือผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)
 Σ คือผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูลตัวแปรที่ 1 และ 2
 ΣX^2 คือผลรวมกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1
 ΣY คือผลรวมกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2
 N คือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r คือ เครื่องหมายบวกและลบจะเป็นตัวบ่งบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์

ค่า r ที่มีค่าเป็นบวกหมายถึงตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ค่า r ที่มีค่าเป็นลบ หมายถึงตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

สำหรับขนาดของความสัมพันธ์สามารถดูได้จากค่า r ที่เป็นตัวเลข

ค่า r ที่มีค่าสูง (ค่าเข้าใกล้ 1) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีสัมพันธ์กันมาก

ค่า r ที่มีค่าต่ำ (ค่าเข้าใกล้ -1) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีสัมพันธ์กันน้อย

ค่า r ที่มีค่าเป็นศูนย์หมายถึงไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ค่า r ที่มีค่าเข้าใกล้ศูนย์หมายถึงมีความสัมพันธ์กันน้อย

บทที่ 4

บทวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2559 ถึง เดือนกรกฎาคม 2559 โดยใช้แบบสอบถามแจกผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 270 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คือ SPSS

ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผลดังนี้ คำถามด้านการจัดการ เท่ากับ 0.900 คำถามด้านการบำรุงรักษา เท่ากับ 0.865 คำถามด้านความสะดวกใกล้เคียง เท่ากับ 0.893 คำถามด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวม เท่ากับ 0.899 คำถามด้านความชอบของการอยู่อาศัย ในที่พัก เท่ากับ 0.829 คำถามด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง เท่ากับ 0.905 คำถามด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก เท่ากับ 0.889 คำถามด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ เท่ากับ 0.896 และคำถามด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค เท่ากับ 0.903 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมา แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูง เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และ ไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จึงสามารถนำผลลัพธ์ไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ ข้อมูลและเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายถึง ลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ นำเสนอในรูปแบบตารางที่ 4.1-4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 141 | 52.2 |
| หญิง | 129 | 47.8 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายโดยมีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 มากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

ตารางที่ 4.2: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ไม่เกิน 20 ปี | 30 | 11.1 |
| 21-30 ปี | 131 | 48.5 |
| 31-40 ปี | 61 | 22.6 |
| 41-50 ปี | 42 | 15.6 |
| 51-60 ปี | 6 | 2.2 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองมาคือ อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ต่อมาคือ 41-50 ปี มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 อายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 51-60 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.3: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| โสด | 154 | 57.0 |
| สมรส | 105 | 38.9 |
| หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ | 11 | 4.1 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองมาคือ สมรส มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ตารางที่ 4.4: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 91 | 33.7 |
| ปริญญาตรี | 136 | 50.4 |
| ปริญญาโท | 41 | 15.2 |
| ปริญญาเอก | 1 | 0.4 |
| อื่นๆ โปรรตระบุ | 1 | 0.4 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ต่อมาคือ ปริญญาโท มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดมีด้วยกัน 2 ข้อคือ ปริญญาเอก และ อื่นๆ โปรรตระบุ มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.5: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 27 | 10.0 |
| 10,001– 20,000 บาท | 113 | 41.9 |
| 20,001– 30,000 บาท | 75 | 27.8 |
| 30,001– 40,000 บาท | 34 | 12.6 |
| 40,001– 50,000 บาท | 9 | 3.3 |
| 50,001 บาทขึ้นไป | 12 | 4.4 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001–20,000 บาท มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองมาคือ 20,001–30,000 บาท มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ต่อมาคือ 30,001–40,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ต่อมาคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ต่อมาคือ 50,001 บาทขึ้นไป

มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.6: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รัฐบาล | 47 | 17.4 |
| พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง | 145 | 53.7 |
| ธุรกิจส่วนตัว/ ตัวค้าขาย | 53 | 19.6 |
| นิสิต/ นักศึกษา | 24 | 8.9 |
| อื่นๆ โปรรระบุ | 1 | 0.4 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/ ตัวค้าขาย มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ต่อมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รัฐบาล มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ต่อมาคือ นิสิตนักศึกษา มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ อื่นๆ โปรรระบุ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

4.2 การสรุปข้อมูลด้านการเช่าพาร์ทเมนท์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเช่าพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านการเช่าพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย พาร์ทเมนท์ที่เคยเช่า แนวโน้มที่จะเช่าพาร์ทเมนท์ ราคาเช่าพาร์ทเมนท์ อัตราค่าเช่าล่วงหน้า อัตราเงินมัดจำ การรับรู้ข้อมูลการเช่าพาร์ทเมนท์ และการมีที่พักอาศัยอยู่แล้ว นำเสนอในรูปแบบตารางที่ 4.7–4.13 ดังนี้

ตารางที่ 4.7: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านอพาร์ทเมนท์ที่เคยเช่า

| อพาร์ทเมนท์ที่เคยเช่า | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| 1 แห่ง | 71 | 26.3 |
| 2 แห่ง | 73 | 27.0 |
| 3 แห่ง | 56 | 20.7 |
| 4 แห่ง | 19 | 7.0 |
| 5 แห่งขึ้นไป | 51 | 18.9 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เช่าอพาร์ทเมนท์มาแล้ว 2 แห่ง มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองมาคือ 1 แห่ง มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ต่อมาคือ 3 แห่ง มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ต่อมาคือ 5 แห่งขึ้นไป มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 4 แห่งขึ้นไป มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.8: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านแนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์

| แนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 1 เดือน | 54 | 20.0 |
| ภายใน 1-2 เดือน | 32 | 11.9 |
| ภายใน 3-4 เดือน | 19 | 7.0 |
| ภายใน 5-6 เดือน | 19 | 7.0 |
| 6 เดือนขึ้นไป | 146 | 54.1 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ 6 เดือนขึ้นไป มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองมาคือ น้อยกว่า 1 เดือน มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ต่อมาคือ ภายใน 1-2 เดือน มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดมีด้วยกัน 2 ข้อคือ ภายใน 3-4 เดือน และภายใน 5-6 เดือน มีจำนวนอย่างละ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.9: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านราคาเช่าอพาร์ทเมนท์

| ราคาเช่าอพาร์ทเมนท์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 3,000 บาท | 164 | 60.7 |
| 3,001-4,000 บาท | 63 | 23.3 |
| 4,001-5,000 บาท | 25 | 9.3 |
| 5,001-6,000 บาท | 8 | 3.0 |
| มากกว่า 6,001 บาท | 10 | 3.7 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่เช่าเช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีราคาต่ำกว่า 3,000 บาท มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ 3,001-4,000 บาท มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ต่อมาคือ 4,001-5,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ต่อมาคือ มากกว่า 6,001 บาท มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 5,001-6,000 บาทมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.10: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านอัตราค่าเช่าล่วงหน้า

| อัตราค่าเช่าล่วงหน้า | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| 3,000 บาท | 194 | 71.9 |
| 6,000 บาท | 66 | 24.4 |
| 9,000 บาท | 6 | 2.2 |
| อื่นๆ | 4 | 1.5 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจที่เช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีอัตราค่าเช่าล่วงหน้า 3,000 บาท มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมาคือ 6,000 บาท มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ต่อมาคือ 9,000 บาท มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ อื่นๆ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.11: ผลการวิจัยข้อมูลด้านการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านอัตราเงินมัดจำ

| อัตราเงินมัดจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 2,000 บาท | 125 | 46.3 |
| 2,001-2,500 บาท | 84 | 31.1 |
| 2,501-3,000 บาท | 29 | 10.7 |
| 3,001-4,000 บาท | 27 | 10.0 |
| 4,001-4,500 บาท | 3 | 1.1 |
| มากกว่า 4,501 บาท | 2 | 0.7 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจที่เช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีอัตราเงินมัดจำต่ำกว่า 2,000 บาท มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ 2,001-2,500 บาท มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 ต่อมาคือ 2,501-3,000 บาท มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ต่อมาคือ 3,001-4,000 บาท มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ต่อมาคือ 4,001-4,500 บาท มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ มากกว่า 4,501 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 4.12: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากแบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่างๆ

| การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ไม่รู้จักร | 192 | 71.0 |
| รับรู้จากแบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่างๆ | 78 | 28.9 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากแบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่างๆ มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่รับรู้จากแบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่างๆ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9

ตารางที่ 4.13: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนต์จาก
นิตยสารในการเช่าอพาร์ทเมนต์ต่างๆ

| การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ไม่รู้จักร | 228 | 84.4 |
| รับรู้จากนิตยสารในการเช่าอพาร์ทเมนต์ต่างๆ | 42 | 15.6 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ท
เมนต์จากนิตยสารในการเช่าอพาร์ทเมนต์ต่างๆ มีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 ซึ่งเป็น
จำนวนที่มากกว่าผู้ที่รับรู้จากนิตยสารในการเช่าอพาร์ทเมนต์ต่างๆ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ
15.6

ตารางที่ 4.14: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนต์จาก
โฆษณาทางวิทยุ

| การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| ไม่รู้จักร | 257 | 95.2 |
| รับรู้จากโฆษณาทางวิทยุ | 13 | 4.8 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ท
เมนต์จากโฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 95.2 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่รับรู้
จากโฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.15: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จาก
ใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ

| การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| ไม่รู้จักร | 226 | 83.7 |
| รับรู้จากใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ | 44 | 16.3 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 83.7 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้รับรู้จากใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 4.16: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากการ
ติดต่อด้วยตัวเอง

| การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| ไม่รู้จักร | 96 | 35.6 |
| รับรู้จากการติดต่อด้วยตัวเอง | 174 | 64.4 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากการติดต่อด้วยตัวเอง มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ไม่รับรู้จากการติดต่อด้วยตัวเอง มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6

ตารางที่ 4.17: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากญาติหรือเพื่อนแนะนำ

| การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| ไม่รู้จัก | 131 | 48.5 |
| รับรู้จากญาติหรือเพื่อนแนะนำ | 139 | 51.5 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากญาติหรือเพื่อนแนะนำ มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ไม่รับรู้จากญาติหรือเพื่อนแนะนำ มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

ตารางที่ 4.18: ผลการวิจัยข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านการรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากเจ้าของอพาร์ทเมนท์แนะนำ

| การรับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| ไม่รู้จัก | 241 | 89.3 |
| รับรู้จากเจ้าของอพาร์ทเมนท์แนะนำ | 29 | 10.7 |
| รวม | 270 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับรู้ข้อมูลการเช่าอพาร์ทเมนท์จากเจ้าของอพาร์ทเมนท์แนะนำ มีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 89.3 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่รับรู้จากเจ้าของอพาร์ทเมนท์แนะนำ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน

ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านการจัดการ (component of management)

| การจัดการ (component of management) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|------|-------|------------------|
| อพาร์ทเมนท์ควรบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเป็น ธรรมและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน | 4.16 | 0.800 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีความเร็วในการ ตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้เช่าอย่างรวดเร็ว | 4.15 | 0.854 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดที่จอดรถในอพาร์ท เมนท์ให้ผู้เช่าทุกคน | 4.18 | 0.911 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีลิบบบี้ของอพาร์ท เมนท์ | 4.17 | 0.854 | มาก |
| รวม | 4.16 | 0.751 | มาก |

จากตารางที่ 4.19 พบว่า การจัดการ (component of management) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.16) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.751) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดที่จอดรถในอพาร์ทเมนท์ให้ผู้เช่าทุกคนมีคะแนนเฉลี่ย มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (mean = 4.18) รองลงมาคือ เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีลิบบบี้ของอพาร์ทเมนท์ (mean = 4.17) และต่อมาก็คือ อพาร์ทเมนท์ควรบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน (mean = 4.16) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีความเร็วในการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้เช่าอย่างรวดเร็ว (mean = 4.16)

จากตารางนี้พบว่า การจัดการ (component of management) เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดที่จอดรถในอพาร์ทเมนท์ให้ผู้เช่าทุกคน มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.911) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ อพาร์ทเมนท์ควรบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน (S.D. = 0.800)

ตารางที่ 4.20: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านการบำรุงรักษา (component of maintenance)

| การบำรุงรักษา (component of maintenance) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|------|-------|------------------|
| เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดให้มีการบำรุงรักษาที่ จอดรถ | 4.13 | 0.605 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรมีการจัดคิวเวลาที่ใช้ สำหรับการซ่อมแซมพาร์ทเมนต์อย่างเป็นระบบ | 4.15 | 0.829 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรมีการบำรุงรักษาอาคาร | 4.18 | 0.827 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดสิ่งแวดล้อมภายใน อาคารให้มีความปลอดภัย | 4.18 | 0.701 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดให้มีระบบการรักษา ความปลอดภัย เช่น รปภ. ของอาคาร | 4.19 | 0.895 | มาก |
| เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดให้มีการบำรุงรักษาพื้น และผนังของอาคารอย่างสม่ำเสมอ | 4.17 | 0.859 | มาก |
| รวม | 4.17 | 0.612 | มาก |

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การบำรุงรักษา (component of maintenance) โดยรวมมี
คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.17) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.612) ซึ่งเมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัย เช่น รปภ.
ของอาคารมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (mean = 4.19) รองลงมาคือ เจ้าของ
อพาร์ทเมนต์ควรมีการบำรุงรักษาอาคาร และเจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดสิ่งแวดล้อมภายในอาคารให้
มีความปลอดภัย (mean = 4.18) ต่อมาคือ เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดให้มีการบำรุงรักษาพื้นและผนัง
ของอาคารอย่างสม่ำเสมอ (mean = 4.17) เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรมีการจัดคิวเวลาที่ใช้สำหรับการ
ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของอพาร์ทเมนต์อย่างเป็นระบบ (mean = 4.15) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อย
ที่สุดคือ เจ้าของอพาร์ทเมนต์ควรจัดให้มีการบำรุงรักษาที่จอดรถ (mean = 4.13)

จากตารางนี้พบว่า การบำรุงรักษา (component of maintenance) เจ้าของอพาร์ท
เมนต์ควรจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัย เช่น รปภ. ของอาคาร มีการกระจายตัวของข้อมูล
มากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.895) และข้อที่มี

การกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีการบำรุงรักษาที่จอตรด (S.D. = 0.605)

ตารางที่ 4.21: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านละแวกใกล้เคียง (component of neighborhood)

| ละแวกใกล้เคียง (component of neighbourhood) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|------|-------|------------------|
| ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีทางม้าลายไม่เกิน 200 เมตร | 4.15 | 0.792 | มาก |
| ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีระดับเสียงรบกวนน้อย | 4.10 | 0.825 | มาก |
| ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ไม่ควรมีปัญหาอาชญากรรมโดยรอบ | 4.17 | 0.875 | มาก |
| ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีร้านสะดวกซื้อ | 4.19 | 0.821 | มาก |
| รวม | 4.15 | 0.721 | มาก |

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ละแวกใกล้เคียง (component of neighbourhood) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.15) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.721) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีร้านสะดวกซื้อ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (mean = 4.19) รองลงมาคือ ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ไม่ควรมีปัญหาอาชญากรรมโดยรอบ (mean = 4.17) ต่อมาคือ ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีทางม้าลายไม่เกิน 200 เมตร (mean = 4.15) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีระดับเสียงรบกวนน้อย (mean = 4.10)

จากตารางนี้พบว่า ละแวกใกล้เคียง (component of neighbourhood) ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ไม่ควรมีปัญหาอาชญากรรมโดยรอบ มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.875) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีทางม้าลายไม่เกิน 200 เมตร (S.D. = 0.792)

ตารางที่ 4.22: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (component of ambient environment)

| สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (component of ambient environment) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|------|-------|------------------|
| บริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนต์ควรมีแสงสว่างเพียงพอ | 4.07 | 0.813 | มาก |
| ในบริเวณของอพาร์ทเมนต์ควรมีระบบระบายอากาศเพียงพอ | 4.03 | 0.799 | มาก |
| อาคารของอพาร์ทเมนต์ควรมีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ | 4.04 | 0.784 | มาก |
| เพื่อนบ้านโดยรอบของอพาร์ทเมนต์ควรมีทัศนคติที่ดีต่อผู้เช่าโดยทั่วไป | 4.08 | 0.845 | มาก |
| รวม | 4.06 | 0.710 | มาก |

จากตารางที่ 4.22 พบว่า สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (component of ambient environment) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.06) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.710) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เพื่อนบ้านโดยรอบของอพาร์ทเมนต์ควรมีทัศนคติที่ดีต่อผู้เช่าโดยทั่วไป มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (mean = 4.08) รองลงมาคือ บริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนต์ควรมีแสงสว่างเพียงพอ (mean = 4.07) ต่อมาคือ อาคารของอพาร์ทเมนต์ควรมีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ (mean = 4.04) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ในบริเวณของอพาร์ทเมนต์ควรมีระบบระบายอากาศเพียงพอ (mean = 4.03)

จากตารางนี้พบว่า สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (component of ambient environment) เพื่อนบ้านโดยรอบของอพาร์ทเมนต์ควรมีทัศนคติที่ดีต่อผู้เช่าโดยทั่วไป มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.845) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ อาคารของอพาร์ทเมนต์ควรมีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ (S.D. = 0.789)

ตารางที่ 4.23: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (hedonic attributes of dwelling units)

| ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (hedonic attributes of dwelling units) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|------|-------|------------------|
| อพาร์ทเมนท์ควรสร้างอยู่ใจกลางเมือง | 4.03 | 0.773 | มาก |
| อพาร์ทเมนท์สร้างอยู่นอกเมือง | 3.99 | 0.684 | มาก |
| ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมี build-in เฟอร์นิเจอร์ครบครัน | 4.01 | 0.682 | มาก |
| ภายในอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องฟิตเนส | 4.11 | 0.766 | มาก |
| รวม | 4.03 | 0.592 | มาก |

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (hedonic attributes of dwelling units) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.03) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.592) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ภายในอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องฟิตเนส มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (mean = 4.11) รองลงมาคือ อพาร์ทเมนท์ควรสร้างอยู่ใจกลางเมือง (mean = 4.03) ต่อมาคือ ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมี build-in เฟอร์นิเจอร์ครบครัน (mean = 4.01) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ อพาร์ทเมนท์สร้างอยู่นอกเมือง (mean = 3.99)

จากตารางนี้พบว่า ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (hedonic attributes of dwelling units) อพาร์ทเมนท์ควรสร้างอยู่ใจกลางเมือง มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.773) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมี build-in เฟอร์นิเจอร์ครบครัน (S.D. = 0.682)

ตารางที่ 4.24: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (number of electrical appliances)

| เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (number of electrical appliances) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|------|-------|------------------|
| ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีเครื่องซักผ้า | 4.11 | 0.810 | มาก |
| ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีทีวี | 4.09 | 0.881 | มาก |
| ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีไมโครเวฟ | 4.14 | 0.892 | มาก |
| ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีเครื่องทำน้ำอุ่น | 4.16 | 0.892 | มาก |
| รวม | 4.12 | 0.767 | มาก |

จากตารางที่ 4.24 พบว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (number of electrical appliances) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.12) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.767) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีเครื่องทำน้ำอุ่น มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (mean = 4.16) รองลงมาคือ ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีไมโครเวฟ (mean = 4.14) ต่อมาคือ ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีเครื่องซักผ้า (mean = 4.11) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีทีวี (mean = 4.09)

จากตารางนี้พบว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (number of electrical appliances) ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีไมโครเวฟ และภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีเครื่องทำน้ำอุ่น มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.892) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ภายในห้องของอพาร์ทเมนต์ควรมีเครื่องซักผ้า (S.D. = 0.810)

ตารางที่ 4.25: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the rooms)

| สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the rooms) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|------|-------|------------------|
| ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องสำหรับ รับประทานอาหาร | 3.93 | 0.885 | มาก |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the
rooms)

| สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the rooms) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|------|-------|------------------|
| ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องครัว | 3.91 | 0.776 | มาก |
| ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีหน้าต่างที่เปิดปิดได้ | 4.06 | 0.867 | มาก |
| ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องนอนที่มีประตูปิด | 3.97 | 0.877 | มาก |
| รวม | 3.97 | 0.738 | มาก |

จากตารางที่ 4.25 พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the rooms) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 3.97) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.738) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีหน้าต่างที่เปิดปิดได้ (mean = 4.06) รองลงมาคือ ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องนอนที่มีประตูปิด (mean = 3.97) ต่อมาคือ ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องสำหรับรับประทานอาหาร (mean = 3.93) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องครัว (mean = 3.91)

จากตารางนี้พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the rooms) ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องสำหรับรับประทานอาหาร มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.885) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ควรมีห้องครัว (S.D. = 0.776)

ตารางที่ 4.26: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านการออกแบบอพาร์ทเมนต์ (apartment design)

| การออกแบบอพาร์ทเมนต์ (apartment design) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|------|-------|------------------|
| อพาร์ทเมนต์ควรมีการออกแบบการย้ายเฟอร์นิเจอร์ ขนาดใหญ่เข้าออก เช่น โซฟา สามารถทำได้สะดวก | 4.12 | 0.851 | มาก |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.26 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (apartment design)

| การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (apartment design) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|------|-------|------------------|
| อพาร์ทเมนท์ควรออกแบบตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น | 4.18 | 0.809 | มาก |
| อพาร์ทเมนท์ควรออกแบบป้องกันบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าออก | 4.16 | 0.811 | มาก |
| อพาร์ทเมนท์ตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไปควรมีลิฟต์ขึ้นลง | 4.20 | 0.876 | มาก |
| รวม | 4.17 | 0.731 | มาก |

จากตารางที่ 4.26 พบว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (apartment design) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.17) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.731) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อพาร์ทเมนท์ตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไปควรมีลิฟต์ขึ้นลง (mean = 4.20) รองลงมาคือ อพาร์ทเมนท์ควรออกแบบตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น (mean = 4.18) ต่อมาคือ อพาร์ทเมนท์ควรออกแบบป้องกันบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าออก (mean = 4.16) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ อพาร์ทเมนท์ควรออกแบบการย้ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่เข้าออก เช่น โซฟา สามารถทำได้สะดวก (mean = 4.12)

จากตารางนี้พบว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (apartment design) อพาร์ทเมนท์ตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไปควรมีลิฟต์ขึ้นลง มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.876) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ อพาร์ทเมนท์ควรออกแบบตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น (S.D. = 0.809)

ตารางที่ 4.27: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent)

| การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|------|-------|------------------|
| ฉันยินดีที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ | 4.14 | 0.822 | มาก |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.27 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent)

| การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent) | mean | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|------|-------|------------------|
| หากฉันพึงพอใจกับการเช่าอพาร์ทเมนท์ฉันจะ แนะนำให้คนอื่นเช่าอพาร์ทเมนท์ที่เดียวกับฉัน | 4.16 | 0.750 | มาก |
| ฉันคิดว่าการเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ฉันเลือกเป็นอพาร์ท เมนท์ที่เหมาะสมสำหรับฉัน | 4.13 | 0.922 | มาก |
| ฉันคิดอย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ | 4.10 | 0.810 | มาก |
| รวม | 4.13 | 0.729 | มาก |

จากตารางที่ 4.27 พบว่า การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent) โดยรวมมี
คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (mean 4.13) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.729) ซึ่งเมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หากฉันพึงพอใจกับการเช่าอพาร์ทเมนท์ฉันจะแนะนำให้คนอื่นเช่าอพาร์ท
เมนท์ที่เดียวกับฉัน (mean = 4.16) รองลงมาคือ ฉันยินดีที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ (mean = 4.14) ต่อมา
คือ ฉันคิดว่าการเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ฉันเลือกเป็นอพาร์ทเมนท์ที่เหมาะสมสำหรับฉัน (mean = 4.13)
ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ฉันคิดอย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (mean =
4.10)

จากตารางนี้พบว่า การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent) ฉันคิดว่าการเช่า
อพาร์ทเมนท์ที่ฉันเลือกเป็นอพาร์ทเมนท์ที่เหมาะสมสำหรับฉัน มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจาก
องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.922) และข้อที่มีการกระจาย
ตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ หากฉันพึงพอใจกับการเช่าอพาร์ทเมนท์ฉันจะแนะนำให้คนอื่นเช่าอพาร์ท
เมนท์ที่เดียวกับฉัน (S.D. = 0.750)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัย
ในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ท
เมนท์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.28: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (pearson's correlation coefficient) ของข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

| variable | mean | S.D. | Conbach's Alpha | CM | CT | CN | CA | HA | NE | BF | AD | DR |
|---|------|-------|--------------------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----|
| ด้านการจัดการ (CM) | 4.16 | 0.751 | 0.900 | 1 | | | | | | | | |
| การบำรุงรักษา (CT) | 4.17 | 0.612 | 0.865 | -0.125* | 1 | | | | | | | |
| ละแวกใกล้เคียง (CN) | 4.15 | 0.721 | 0.893 | -0.120* | 0.032 | 1 | | | | | | |
| สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (CA) | 4.06 | 0.710 | 0.899 | 0.260** | 0.960 | 0.020 | 1 | | | | | |
| ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (HA) | 4.03 | 0.592 | 0.829 | 0.296** | 0.044 | -0.098 | 0.199** | 1 | | | | |
| เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (NE) | 4.12 | 0.767 | 0.905 | 0.570** | 0.051 | 0.078 | 0.367** | 0.488** | 1 | | | |
| สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายใน ห้องพัก (BF) | 3.97 | 0.738 | 0.889 | 0.314** | -0.051 | -0.122* | 0.174** | 0.726** | 0.548** | 1 | | |
| การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (AD) | 4.17 | 0.731 | 0.896 | 0.362** | -0.034 | -0.011 | 0.543** | 0.413** | 0.677** | 0.574** | 1 | |
| การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (DR) | 4.13 | 0.729 | 0.903 | 0.804** | -0.028 | 0.045 | 0.322* | 0.426** | 0.875** | 0.527** | 0.668** | 1 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ 0.804) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 2 การบำรุงรักษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า การบำรุงรักษาไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ -0.028) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 3 ความสะดวกใกล้เคียงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ความสะดวกใกล้เคียงไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ 0.045) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 4 สิ่งแวดล้อมโดยรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า สิ่งแวดล้อมโดยรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ 0.322) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 5 ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ 0.426) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 6 เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ 0.875) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ 0.527) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (pearson's correlation เท่ากับ 0.668) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตารางที่ 4.29: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เกี่ยวกับการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

| model | | sum of squares | df | mean square | F | Sig. |
|-------|--------------------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | การถดถอย regression | 111.669 | 8 | 13.959 | 116.893 | .000 ^h |
| | ความคลาดเคลื่อน residual | 31.167 | 261 | 0.119 | | |
| | total | 142.835 | 269 | | | |

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.30: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

| dependent variable: decision to rent, $r = 0.884$, $R^2 = 0.782$, constant(a) = 0.880 | | | | | | |
|---|---------|-----------|--------|-------|-----------|-------|
| independent variables | β | std error | t | sig | tolerance | VIF |
| (Constant) | | 0.281 | 3.137 | 0.002 | | |
| ด้านการจัดการ (CM) | 0.004 | 0.036 | 0.098 | 0.922 | 0.611 | 1.636 |
| การบำรุงรักษา (CT) | -0.056 | 0.036 | -1.857 | 0.064 | 0.918 | 1.089 |
| ละแวกใกล้เคียง (CN) | -0.002 | 0.031 | -0.052 | 0.959 | 0.912 | 1.097 |
| สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (CA) | -0.025 | 0.037 | -0.690 | 0.491 | 0.646 | 1.549 |
| ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (HA) | -0.044 | 0.053 | -1.025 | 0.306 | 0.444 | 2.252 |
| เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (NE) | 0.788** | 0.046 | 16.219 | 0.000 | 0.354 | 2.825 |
| สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (BF) | 0.051 | 0.048 | 1.047 | 0.296 | 0.351 | 2.852 |
| การออกแบบอพาร์ทเมนท์ (AD) | 0.133** | 0.048 | 2.766 | 0.006 | 0.359 | 2.785 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.30 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี enter พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (sig = 0.000) และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (sig = 0.006) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านการจัดการ (sig = 0.922) การบำรุงรักษา (sig = 0.064) ละแวกใกล้เคียง (sig = 0.959) สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (sig = 0.491) ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (sig = 0.306) และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (sig = 0.296) ทั้งหมดตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.778 รองลงมา คือ การออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.133 ตามลำดับ ทำให้ตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ สามารถอธิบายอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 78.2 และอีกร้อยละ 21.8 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.281 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y (\text{การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์}) = 0.880 + 0.788 (\text{เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง}) + 0.133 (\text{การออกแบบอพาร์ทเมนท์})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า

หากเพิ่มปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.788 หน่วย

หากเพิ่มปัจจัยด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.133 หน่วย

จากตารางที่ 4.30 สามารถนำไปอธิบายสมมติฐาน (hypothesis testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 9 จากการที่ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น

Collinearity หมายถึง สภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับที่ค่อนข้างสูง เมื่อมีการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ส่วน Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป (Nitiphong, 2012) หรือการที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อยก็จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง คือ ไม่เกิด Multicollinearity (“ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัย”, 2554)

การตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือค่า tolerance หรือค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้

Variance inflation factor (VIF) ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (“การใช้โปรแกรม SPSS”, 2555 และ Miles & Shevlin, 2001)

Tolerance หากค่า tolerance < 0.2 (“การใช้โปรแกรม SPSS”, 2555) หรือ tolerance < 0 (Pedhazur, 1997) แสดงว่า เกิด Multicollinearity

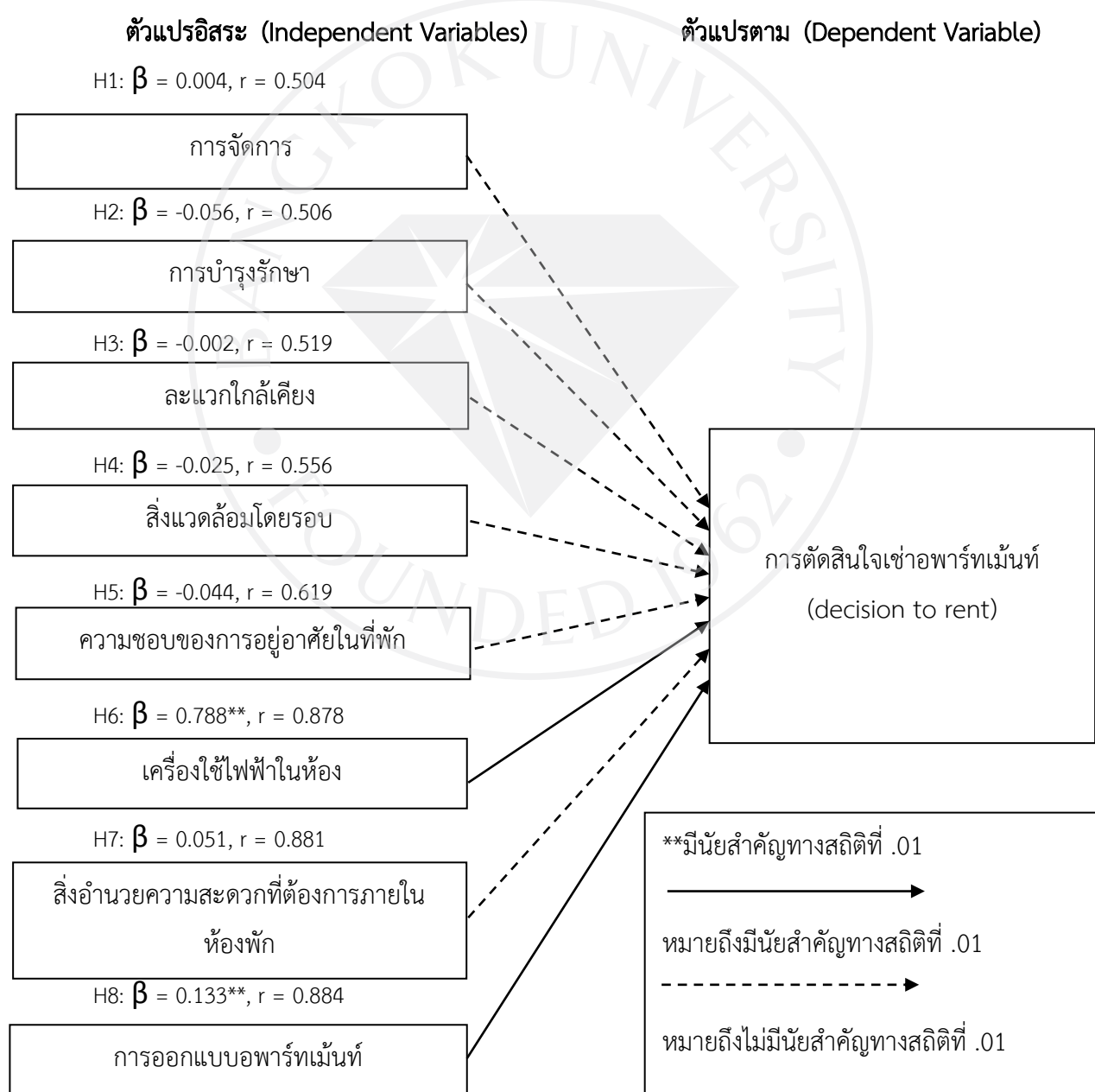
ตารางที่ 4.31: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

| independent variables | tolerance | VIF |
|---|-----------|-------|
| ด้านการจัดการ (CM) | 0.611 | 1.636 |
| การบำรุงรักษา (CT) | 0.918 | 1.089 |
| ละแวกใกล้เคียง (CN) | 0.912 | 1.097 |
| สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (CA) | 0.646 | 1.549 |
| ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (HA) | 0.444 | 2.252 |
| เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (NE) | 0.354 | 2.825 |
| สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (BF) | 0.351 | 2.852 |
| การออกแบบบอาร์ทเมนท์ (AD) | 0.359 | 2.785 |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.31 พบว่า ค่า tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.351 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 2.852 ซึ่งน้อยกว่า 4 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด multicollinearity นั้นเอง

ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ



จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร และการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิง บวกหรือไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจทำการศึกษาตัวแปรด้านการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลประชากรที่ใช้ในการครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้อย่างน้อยจำนวน 270 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ด้านการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง รายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท เคยเช่าอพาร์ทเมนท์มาแล้ว 2 แห่ง โดยมีแนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ 6 เดือนขึ้นไป ราคาเช่าอพาร์ทเมนท์ ต่ำกว่า 3,000 บาท มีอัตราค่าเช่าล่วงหน้า 3,000 บาท เงินมัดจำ ต่ำกว่า 2,000 บาท และการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่รับรู้จากการติดต่อด้วยตนเอง

โดยผลการวิจัยตามสมมติฐานสามารถสรุปได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 2 การบำรุงรักษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ การบำรุงรักษาไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาใกล้เคียงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ระยะเวลาใกล้เคียงไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 4 สิ่งแวดล้อมโดยรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ สิ่งแวดล้อมโดยรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 5 ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 6 เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 8 การออกแบบอพาร์ทเมนท์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน การออกแบบอพาร์ทเมนท์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน แต่มีเพียงปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ มีอำนาจการพยากรณ์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก ไม่มีอำนาจการพยากรณ์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมมติฐานที่ 9 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (Y) ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ สามารถอธิบายอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 78.2 ซึ่งถือว่าสูงเพราะเกินร้อยละ 50 และอีกร้อยละ 21.8 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาและ ความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์อยู่ที่ ± 0.281 เขียนออกมาในรูปสมการเชิงเส้นตรงในรูปคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

Y (การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์) = 0.880 + 0.788 (เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง) + 0.133 (การออกแบบอพาร์ทเมนท์)

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า การจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของ

ผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ เนื่องจาก ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์มีความรู้สึกว่าการเช่าอพาร์ทเมนท์ควรบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน ควรมีความเร็วในการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้เช่าอย่างรวดเร็ว เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดที่จอดรถในอพาร์ทเมนท์ให้ผู้เช่าทุกคน ซึ่ง Mridha (2015) กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการเกี่ยวกับที่พักอาศัยประเภท อพาร์ทเมนท์ที่มีการตรวจสอบหรือการศึกษากันมากที่สุด ประกอบไปด้วย การจัดการด้านการซ่อมแซม การจัดการด้านกฎและระเบียบ การจัดการด้านเจ้าหน้าที่บริการและนโยบาย และการจัดการด้านค่าเช่าและค่าส่วนกลาง เช่น การศึกษาของ Francescato, et al. (1979) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีฐานะต่ำถึงปานกลางที่ได้รับการช่วยเหลือจากกรมพัฒนาที่อยู่อาศัยและเมือง (HDD) ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจในการจัดการเรื่องที่อยู่อาศัย และการศึกษาของ Paris & Kangari (2005) แสดงให้เห็นว่า การบริการจัดการเรื่องที่ทรัพย์สิน การบังคับใช้กฎระเบียบที่อยู่อาศัย และการบริหารจัดการเรื่องการสื่อสารกับประชาชน เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย

สมมติฐานที่ 2 การบำรุงรักษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า การบำรุงรักษาไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เช่าอพาร์ทเมนท์มีความรู้สึกว่าการบำรุงรักษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ เนื่องจากผู้พักอาศัยให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นมากกว่า เช่น สิ่งแวดล้อมโดยรอบ หรือความชอบของการอยู่อาศัย เป็นต้น โดย สิบพงษ์ มาลี (2554) กล่าวว่า พื้นฐานของงานระบบอาคารที่ดี คือการที่ระบบทุกระบบสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ซึ่งจะสมบูรณ์ไม่ได้ถ้าไม่มีการบำรุงรักษาที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยให้อาคารที่พักอาศัยมีความพร้อมแก่การพักอาศัยตลอดเวลา โดยที่แผนกบำรุงรักษาสามารถแบ่งออกได้เป็นแผนกปฏิบัติงานตามระบบการบำรุงรักษาและแผนปฏิบัติการเมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย ซึ่งการบำรุงรักษาตามแผนจะทำให้อัตราการชำรุดเสียหายลดลงได้ ส่วนแผนปฏิบัติการเมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย จะทำให้การใช้งานสามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว เมื่อเกิดความเสียหาย ดังนั้นเห็นได้ว่าการบำรุงรักษาตามแผนจึงมีความจำเป็น ทั้งนี้การศึกษาครั้งนี้มีบางส่วนไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Mozammel (2015) พบว่า การบำรุงรักษาเป็นปัจจัยบ่งชี้ที่สำคัญต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย

สมมติฐานที่ 3 ความสะดวกเลี้ยงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ความสะดวกเลี้ยงไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของ

ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีความรู้ดีกว่า ละแวกใกล้เคียงไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้เช่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นมากกว่า เช่น ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในห้องพัก หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก เป็นต้น ซึ่งในทฤษฎีเกี่ยวกับละแวกใกล้เคียงนั้น Mridha (2015) กล่าวว่า เนื่องจากชุมชนที่อาศัยอยู่ร่วมกันนั้นมีกิจกรรมประจำวันที่เกิดขึ้นแตกต่างกันออกไป ดังนั้นความต้องการพื้นฐานในชีวิตประจำวันของมนุษย์จึงมักขึ้นกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในชุมชน และละแวกใกล้เคียงโดยรอบชุมชน ทำให้มีการติดต่อ และการขยายตัวของชุมชน ดังนั้นแล้วที่พักอาศัยที่น่าอยู่ และสะดวกสบายควรมีองค์ประกอบเช่น มีความเงียบสงบ ไม่มีเสียงรบกวน ไม่มีปัญหาอาชญากรรม มีสถานที่อำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในละแวกใกล้เคียง ทั้งนี้การศึกษาครั้งนี้มีบางส่วนไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Mozammel (2015) พบว่า สถานที่ตั้งของอาคารยังเป็นปัจจัยบ่งชี้ที่สำคัญต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย

สมมติฐานที่ 4 สิ่งแวดล้อมโดยรอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า สิ่งแวดล้อมโดยรอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีความรู้ดีกว่า บริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนท์ควรมีแสงสว่างเพียงพอ ควรมีระบบระบายอากาศเพียงพอ และมีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ ซึ่ง นภพร ฐานิยะพานิชย์ (2558) กล่าวว่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในบริเวณธุรกิจที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ลูกค้ามาสนใจและอยากใช้บริการจะเรียกได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มูลค่าของสินค้าและบริการสูงขึ้นเหมือนกับปัจจัยทำเลที่ตั้ง นอกจากนี้การศึกษานี้ยังมีบางส่วนสอดคล้องกับการศึกษาของ ผจจจิต ไกรถาวร นพวรรณ เปี้ยชื่อ และสุวัจนา น้อยแนม (2556) พบว่า การรับรู้สิ่งแวดล้อมละแวกบ้านสามารถร่วมทำนายความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนได้

สมมติฐานที่ 5 ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พักรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่ง กวิน มุสิกกา, กฤษ จรินโท, สามารถ ตีพิจารณ์ และภูริศ ตรีสุทร (2556) กล่าวว่า การที่จะเลือกว่าสิ่งใดเป็นความชอบและเอกลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถเชื่อมโยงเข้ากับสินค้าให้ได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ที่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างมากจากผู้บริโภค และจากการแข่งขันเพื่อที่จะสามารถกำหนดตำแหน่งสูงสุดของสินค้าได้ โดยพื้นฐาน

ทั่วไปแล้ว ความชอบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าถูกสร้างขึ้นจากการทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นว่ากระบวนการการสร้างสินค้าที่อาศัยคุณลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าจะสามารถทำให้ผู้บริโภคพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เช่นสินค้าอาจถูกมองว่ามีความสะดวกสบายสูง น่าเชื่อถือ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Timothy & Dag (2012) พบว่า ลักษณะของความต้องการที่จะได้รับการพักอาศัยของผู้บริโภคและความต้องการพื้นฐานในการใช้สอยพื้นที่ของแต่ละบุคคล ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ส่งผลให้ผู้ธุรกิจอาหารหมั้นท์ จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการที่จะจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในเชิงของพื้นที่และอุปกรณ์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในด้านต่างๆ ทั้งในส่วนของเครื่องเรือน (เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะรับประทานอาหาร โต๊ะทำงาน และชุดรับแขก) ภายในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการภายในพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ

สมมติฐานที่ 6 เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีความรู้สึกลัวว่า ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ไมโครเวฟ เครื่องทำน้ำอุ่น หรือ เครื่องซักผ้า โดย สุรัตน์ สดชื่นจิตต์ (2554) กล่าวว่า ในส่วนของอาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์ต่างๆ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการให้บริการและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค โดยการจัดวางอุปกรณ์ต่างๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสอดคล้องต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค อันส่งผลต่อความประทับใจแรกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ หรือผู้พักอาศัย นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของ In Young, Sung & Jeong (2012) พบว่า จำนวนของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ เมื่อมีการประเมินลักษณะของการทำงานตามวัตถุประสงค์ พบว่า จำนวนของเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศล้วนมีผลอย่างยิ่งต่อการเลือกพักอาศัยอพาร์ทเมนท์

สมมติฐานที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดย นภพร ฐานิยะพานิชย์ (2558) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าจะได้รับในห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น ลูกค้าจะพิจารณาสิ่งต่างๆ เหล่านี้เพื่อเป็นองค์ประกอบต่อการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ เพื่อสนองต่อความ

ต้องการของตนเอง และสอดคล้องกับการศึกษาของ In Young, Sung & Jeong (2012) กล่าวว่า การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในส่วนห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง โดยการดำเนินงานดังกล่าว สอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภคได้แล้ว จะส่งผลต่อการสร้างความประทับใจแรก (First Impression) และนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งจะกลายเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ตลอดจนเป็นการลดภาระต้นทุนในการดำเนินงานในอีกทางหนึ่ง

สมมติฐานที่ 8 การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีความรู้สึกว่า อพาร์ทเมนท์ควรออกแบบการย้ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่เข้าออก เช่น โซฟา สามารถทำได้สะดวก ควรมีตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น รวมทั้งควรออกแบบป้องกันบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าออก และหากว่าอพาร์ทเมนท์ตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไปควรมีลิฟต์ขึ้นลง ซึ่ง ชาลี มธุการ (2557) กล่าวว่า องค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพของอาคารที่ใช้ในการประเมินนั้นเกิดจากการออกแบบที่มุ่งเน้นไปที่ความปลอดภัย ระบบสาธารณูปโภคของอาคาร เช่น การป้องกันอัคคีภัย ระบบโครงสร้างอาคาร สุขาภิบาล เน้นความสอดคล้องของกิจกรรมของผู้ใช้อาคาร และเน้นการรับรู้และตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของผู้ใช้อาคาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Timothy & Dag (2012) พบว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ พบว่า ผู้บริโภคมักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคาร สถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

สมมติฐานที่ 9 จากการทดสอบสมมติฐานโดย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง และการออกแบบอพาร์ทเมนท์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mozammel (2015) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การอยู่อาศัยในอพาร์ทเมนท์ การศึกษารั้งนี้เป็นการสำรวจความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของที่อยู่อาศัยของผู้ที่พักอาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ ในกรุงธากา เมืองหลวงของประเทศบังคลาเทศ พบว่า การออกแบบอพาร์ทเมนท์ และสิ่งแวดล้อมโดยรวมถึงละแวกใกล้เคียง มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเลือกพักอาศัย และมีบางส่วนสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรัตน์ สดชื่นจิตต์ (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ระดับกลาง กรณีศึกษา มายเฮ้าส์เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ พบว่า การตัดสินใจเลือก

อพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ความเป็นส่วนตัวภายในที่พักอาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอาศัย ตามลำดับ

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร นักการตลาดและ/ หรือเจ้าของธุรกิจควรพิจารณาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

5.3.1 เจ้าของธุรกิจอพาร์ทเมนท์ควรมุ่งเน้นด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น ไมโครเวฟ รวมทั้งเครื่องทำน้ำอุ่น หรือเครื่องปรับอากาศ เพื่อการสร้างความแตกต่าง และความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ในด้านการจัดเตรียมเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก ที่สอดคล้องต่อความต้องการของผู้ต้องการเช่าพักอาศัย ซึ่งก่อให้เกิดความประทับใจและพึงพอใจนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการต่อไป

5.3.2 เจ้าของธุรกิจอพาร์ทเมนท์ควรมุ่งเน้นด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ให้ ทั้งในส่วนการอำนวยความสะดวกในการขนย้ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่และทรัพย์สินของผู้เช่าอาศัย รวมทั้งการออกแบบด้านการรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดบุคคลภายนอกไม่สามารถเข้าออกภายในอาคารได้ หรือหากว่า อพาร์ทเมนท์มีความสูงมากกว่า 4 ชั้น ควรมีการจัดสร้างลิฟท์โดยสารเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เช่าพักอาศัย ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีความพร้อมในการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้พักอาศัยในระยะยาว

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

นักวิชาการควรพิจารณาศึกษางานวิจัยในอนาคต ดังนี้

5.4.1 ควรมีการศึกษา การจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะในจังหวัดที่เป็นแหล่งอุตสาหกรรม หรือแหล่งเศรษฐกิจ เช่น ระยอง สมุทรปราการ สมุทรสาคร หรือจังหวัดท่องเที่ยวตามหัวเมืองใหญ่ๆ เช่น นครราชสีมา ภูเก็ต เชียงใหม่ เนื่องจากจังหวัดเหล่านี้จะมีความต้องการที่พักอาศัยสูงจากจำนวนประชากรแรงงานที่เข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่เหล่านั้นเพื่อให้มีความครอบคลุมถึงมิติการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในแต่ละตลาด

5.4.2 ควรมีการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงบวก เพื่อค้นหา และยืนยันข้อมูลเชิงประจักษ์ว่าการจัดการ การบำรุงรักษา ละแวกใกล้เคียง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก การออกแบบอพาร์ทเมนท์ อาจมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อค้นหาตัวแปรคั่นกลางที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อนำไปพัฒนางานวิจัยในอนาคต



บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ พวงมาลา และเพ็ญจิรา คันธวงค์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กวิณ มุสิกกา, กฤษ จรินโท, สามารถ ดีพิจารณ์ และภูริศ ทรสุทร. (2556). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในตราสินค้าของเครื่องสำอางไทยในสปป ลาว. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 8(2), 107-116.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551ก). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551ข). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การใช้โปรแกรม SPSS for Windows 11.5 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น [Linear Regression Analysis]*. (2555). สืบค้นจาก http://intraserver.nurse.cmu.ac.th/mis/download/publication/463_file.pdf.
- การจัดการ หมายถึง (Management) อะไร ?*. (2558). สืบค้นจาก <http://www.im2market.com/2015/06/20/1449>.
- ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ*. (2554). สืบค้นจาก http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview_doc/econometrics_intro.htm.
- จันจิรา ตั้งทรงเจริญ, ศรัญญา ตั้งทรงเจริญ และวรรณธิดา แยมยิ้ม. (2550). *ปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ในเขตมีนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จิรพงศ์ มหจิตรเลิศนันท์ และเพ็ญจิรา คันธวงค์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้อยู่อาศัย บ้านจัดสรรของตราสินค้า A ในกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนา. (2555). *ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/Elearning/validity.pdf>.

- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2557). *การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/Elearning/res22.htm>.
- ชญาต เชี่ยวเชิงการุณ. (2554). *ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพักในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา หอพักซอยคุ้มเกล้า 32*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ณัฐภูมิ พงษ์เย็น และธำนัท วรณกุล. (2557). แนวทางการปรับปรุงปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมในโรงพยาบาลชุมชนเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ. *วารสารวิชาการ การออกแบบสภาพแวดล้อม*, 1(2), 49-62.
- ธนาการเกียรตินาคิน. (2558). *ภาพรวมอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า ปี 2015*. สืบค้นจาก <http://www.kiatnakin.co.th/upload/download/20150323030454-31440.pdf>.
- ธนาการเกียรตินาคิน. (2559). *การพัฒนาธุรกิจอพาร์ทเมนต์*. สืบค้นจาก <http://living-estate.blogspot.com/2015/01/apartment.html>.
- ธวัชชัย สุวรรณสาร. (2556). *ยกระดับแบรนด์ ด้วยการสร้างคุณค่าให้แบรนด์ของคุณ*. สืบค้นจาก http://www.coachtawatchai.org/2013/08/blog-post_18.html.
- นภาพร ฐานิยะพานิชย์. (2558). *แผนธุรกิจ NP อพาร์ทเมนต์*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ที่ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ*. กรุงเทพมหานคร: สภาวิจัยแห่งชาติ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *เอกสารประกอบการบรรยาย Twilight Program*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์.
- ปิยะนุช เหลืองงาม. (2552). *บรรทัดฐานในการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในการเรียนวิทยาศาสตร์เรื่องภาวะโลกร้อน ตามแนวทางการสอนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสังคม (STS)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผจงจิต ไกรถาวร, นพวรรณ เปียชื่อ และสุวัจนาน น้อยเนม. (2556). ปัจจัยทำนายความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน. *วารสารพยาบาลสาธารณสุข*, 27(1), 1-15.
- แผนกวิจัย ซีบีอาร์อี. (2559). *แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครปี 2559*. สืบค้นจาก <http://www.cbre.co.th/th/ResearchCentre/Research/Bangkok-Real-Estate-Market-Outlook-2016>.

- พจนารถ อิ่มสอน และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 4(2), 134-144.
- พรชัย ปิลาณรัตน์ และอิทธิกร ขำเดช. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 4(2), 271-284.
- พิษณุ อนุชาญ และนราวัฒน์ เลิศวิทยาวิวัฒน์. (2559). การศึกษาองค์ประกอบทางกายภาพของห้องชุดพักอาศัย กรณีศึกษา อพาร์ทเมนท์ ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ภัคพล พสุทิพย์. (2552). *การออกแบบและจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อปฏิสัมพันธ์และความเป็นมิตรฉันท์เพื่อนบ้าน: กรณีศึกษา หมู่บ้านจัดสรรราคาในระดับสูงในพื้นที่ชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาวิณ บุญเสริมวงศ์กิจ. (2558). *ความเป็นไปได้ของการจัดตั้ง นรสิงห์ บุติก เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มัลลิกา บุณนาค. (2548). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ศรีนครินทรวิโรฒ.
- เมธินี พุ่มเพชร, สุภาสินี ตันติศรีสุข และศิริพร สัจจามันท์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เครื่องใช้ไฟฟ้าและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
- รสริน ศรีสีگانนท์. (2555). *การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)*. สืบค้นจาก <http://www.saruthipong.com/port/document/299-705/299-705-8.pdf>.
- รสสุคนธ์ แซ่เฮีย. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รอยบุญ เล้าหะวิลอย. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ความชื่นชอบในตราสินค้า และความภักดีในตราสินค้า กรณีศึกษาของสถานบริการน้ำมันในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณนิภา มหาวงศ์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดการเข้าพักอาศัย หรือการเช่าบริการอพาร์ทเมนท์ในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- วิชัย ชัยนาคสิงห์. (2556). *หลักการจัดการ*. สืบค้นจาก
<https://www.gotoknow.org/posts/345600>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่* (ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2559). *ประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2559*. สืบค้นจาก
<http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/th/Gazette.aspx>.
- สืบทพงษ์ มาลี. (2554). *การบริหารงานซ่อมบำรุงระบบภายในอาคารเชิงป้องกัน กรณีศึกษา สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็ก และครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล*. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุรัตน์ สดชื่นจิตต์. (2554). *การศึกษาค้นคว้าความต้องการของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน
 ห้องพักอาศัยและพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ระดับกลาง:
 กรณีศึกษามายเฮ้าส์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- หทัยชนก พรรคเจริญ. (2555). *เทคนิคการเลือกตัวอย่าง*. สืบค้นจาก
<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/Toneminute/files/55/0203-5.pdf>.
- อชิป ขำวงษ์รัตนโยธิน. (2553). *การวางแผนบำรุงรักษาเครื่องขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: โรงงาน
 อุตสาหกรรมเซรามิค*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Adriaanse, C. C. M. (2005). *The utility of the 'social climate' concept in
 understanding urban neighborhood life: A theoretical approach and initial
 empirical evidence*. Retrieved from
<http://link.springer.com/article/10.1007/s10901-007-9082-9>.
- Amerigo, M., & Aragonés, J. I. (1997). A theoretical and methodological approach to
 the study of residential satisfaction. *Journal of Environmental Psychology*,
 17(1), 47-57.
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2006). *Consumer behavior* (10th ed.). South-
 Western: Thomson.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York:
 Academic.

- Francescato, G., Weidemann, S., Anderson, J. R., & Chenoweth, R. E. (1979). *Residents' satisfaction in HUD-assisted housing: design and management factors*. Unpublished doctoral dissertation, US Department of Housing and Urban Development. Washington, DC
- Gifford, R. (2007). The consequences of living in high-rise buildings. *Architectural Science Review, 50*, 2–17.
- In Young, C., Sung, H. C., & Jeong, T. K. (2012). Energy consumption characteristics of high-rise apartment buildings according to building shape and mixed-use development. *Energy and Buildings, 44*(1), 123–131.
- Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Han, J., & Kim, J. (2012). Factors influencing internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications, 11*(4), 374–387
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management* (Pearson Education). New Jersey: Prentice Hall.
- Mridha, M. (2015). Living in an apartment. *Journal of Environmental Psychology, 43*(1) 42-54.
- Nunnally, C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Paris, D. E., & Kangari, R. (2005). Multifamily affordable housing: residential satisfaction. *Journal of Performance of Constructed Facilities, 19*(2), 138e145.
- Papagiannidis, S., See-to, E., & Bourlakis, M. (2014). Test-driving online: The impact of simulated products on purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services, 21*(2), 877–887.
- Potter, J., & Cantarero, R. (2006). How does increasing population and diversity affect resident satisfaction? A small community case study. *Environment and Behavior, 38*(5), 605-625.
- Tariq, M.I., Nawaz, M.R., Nawaz, M. M., & Butt, H. A. (2013). Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research, 3*(2), 340-347.

- Tennent, L., Farrell, A., & Taylor, C. (2012). Social capital and sense of community: What do they mean for young children's success at school?. In *Paper presented at the International Education Research Conference*. Sydney: Australia.
- Timothy, K.M. B., & Dag, E. S. (2012). Discrimination in rental markets: Evidence from Norway. *Journal of Housing Economics*, 21(1), 121–130.
- Wang, S.T. (2013). The influence of visual packaging design on perceived food product quality, value, and brand preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(10), 805-816.





ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
BANGKOK UNIVERSITY

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย นายปวิณ ภิรมย์ทอง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ไม่เกิน 20 ปี 2) 21-30 ปี
 3) 31-40 ปี 4) 41-50 ปี
 5) 51-60 ปี 6) 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส
 3) หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี
 3) ปริญญาโท 4) ปริญญาเอก
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 10,001–20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 20,001–30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 30,001–40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 40,001–50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6) 50,001 บาทขึ้นไป |

6. อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ | <input type="checkbox"/> 2) พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> 3) ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย | <input type="checkbox"/> 4) นิสิต/ นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามด้านการเช่าพาร์ทเมนท์

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยเช่าพาร์ทเมนท์มาแล้วกี่แห่ง

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 แห่ง | <input type="checkbox"/> 2) 2 แห่ง |
| <input type="checkbox"/> 3) 3 แห่ง | <input type="checkbox"/> 4) 4 แห่ง |
| <input type="checkbox"/> 5) 5 แห่งขึ้นไป | |

2. ในอนาคตท่านมีแนวโน้มที่จะเช่าพาร์ทเมนท์

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 1 เดือน | <input type="checkbox"/> 2) ภายใน 1-2 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3) ภายใน 3-4 เดือน | <input type="checkbox"/> 4) ภายใน 5-6 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 5) 6 เดือนขึ้นไป | |

3. ราคาเช่าพาร์ทเมนท์ที่ท่านต้องการ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 3,001 – 4,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 4,001 – 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 5,001 – 6,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 6,001 บาท | |

4. อัตราค่าเช่าล่วงหน้าใดที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกเช่าพาร์ทเมนท์ของท่าน

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 6,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 9,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

5. อัตราเงินมัดจำหรือเงินประกันเท่าใดที่จะทำให้ท่านสนใจในการเลือกเช่าพาร์ทเมนท์

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 2,001 – 2,500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 2,501 – 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 3,001 – 4,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 4,001 – 4,500 บาท | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 4,501 บาท |

6. ท่านรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอพาร์ทเมนท์จากแหล่งใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) แบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่างๆ
- 2) นิตยสารในการเช่าอพาร์ทเมนท์ต่างๆ เช่น นิตยสารบ้านและที่ดิน
- 3) โฆษณาทางวิทยุ
- 4) ใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ
- 5) ติดต่อด้วยตัวเอง
- 6) ญาติหรือเพื่อนแนะนำ
- 7) เจ้าของอพาร์ทเมนท์แนะนำ
- 8) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ท่านมีที่พักอาศัยอยู่แล้วหรือไม่

- 1) มี
- 2) ไม่มี

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์

คำชี้แจง: ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงข้อละหนึ่งคำตอบและโปรดทำให้ครบทุกข้อ

| | | ระดับความเห็นด้วย | | | | |
|--|--|-------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| ด้านการจัดการ (component of management) | | | | | | |
| 1 | อพาร์ทเมนท์ควรบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน | | | | | |
| 2 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีความเร็วในการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของผู้เช่าอย่างรวดเร็ว | | | | | |
| 3 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดที่จอดรถในอพาร์ทเมนท์ให้ผู้เช่าทุกคน | | | | | |
| 4 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีลิฟต์ของอพาร์ทเมนท์ | | | | | |
| ด้านการบำรุงรักษา (component of maintenance) | | | | | | |
| 1 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีการบำรุงรักษาที่จอดรถ | | | | | |
| 2 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีการจัดคิวเวลาที่ใช้สำหรับการซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของอพาร์ทเมนท์อย่างเป็นระบบ | | | | | |
| 3 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรมีการบำรุงรักษาอาคาร | | | | | |

| | | ระดับความเห็นด้วย | | | | |
|---|--|-------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 4 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดสิ่งแวดล้อมภายในอาคารให้มีความปลอดภัย | | | | | |
| 5 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัย เช่น รั้ว, ของอาคาร | | | | | |
| 6 | เจ้าของอพาร์ทเมนท์ควรจัดให้การบำรุงรักษาพื้นและผนังของอาคารอย่างสม่ำเสมอ | | | | | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมใกล้เคียง (component of neighbourhood) | | | | | | |
| 1 | ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีทางม้าลายไม่เกิน 200 เมตร | | | | | |
| 2 | ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีระดับเสียงรบกวนน้อย | | | | | |
| 3 | ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ไม่ควรมีปัญหาอาชญากรรมโดยรอบ | | | | | |
| 4 | ที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ควรมีร้านสะดวกซื้อ | | | | | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรอบ (component of ambient environment) | | | | | | |
| 1 | บริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนท์ควรมีแสงสว่างเพียงพอ | | | | | |
| 2 | ในบริเวณของอพาร์ทเมนท์ควรมีระบบระบายอากาศเพียงพอ | | | | | |
| 3 | อาคารของอพาร์ทเมนท์ควรมีการจัดวางหน้าต่างเพื่อแสงสว่างและลมที่เพียงพอ | | | | | |
| 4 | เพื่อนบ้านโดยรอบของอพาร์ทเมนท์ควรมีทัศนคติที่ดีต่อผู้เช่าโดยทั่วไป | | | | | |
| ด้านความชอบของการอยู่อาศัยในที่พัก (hedonic attributes of dwelling units) | | | | | | |
| 1 | อพาร์ทเมนท์ควรสร้างอยู่ใจกลางเมือง | | | | | |
| 2 | อพาร์ทเมนท์สร้างอยู่นอกเมือง | | | | | |
| 3 | ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมี build-in เฟอร์นิเจอร์ครบครัน | | | | | |
| 4 | ภายในอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องฟิตเนส | | | | | |

| | | ระดับความเห็นด้วย | | | | |
|--|--|-------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้อง (number of electrical appliances) | | | | | | |
| 1 | ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีเครื่องซักผ้า | | | | | |
| 2 | ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีทีวี | | | | | |
| 3 | ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีไมโครเวฟ | | | | | |
| 4 | ภายในห้องของอพาร์ทเมนท์ควรมีเครื่องทำน้ำอุ่น | | | | | |
| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในห้องพัก (basic facilities in the rooms) | | | | | | |
| 1 | ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องสำหรับรับประทานอาหาร | | | | | |
| 2 | ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องครัว | | | | | |
| 3 | ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีหน้าต่างที่เปิดปิดได้ | | | | | |
| 4 | ห้องพักของอพาร์ทเมนท์ควรมีห้องนอนที่มีประตูปิด | | | | | |
| ด้านการออกแบบอพาร์ทเมนท์ (apartment design) | | | | | | |
| 1 | อพาร์ทเมนท์ควรรออกแบบการย้ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่เข้าออก เช่น โซฟา สามารถทำได้สะดวก | | | | | |
| 2 | อพาร์ทเมนท์ควรรออกแบบตู้เก็บจดหมายโดยให้เฉพาะผู้เช่าเป็นผู้หยิบจดหมายได้เท่านั้น | | | | | |
| 3 | อพาร์ทเมนท์ควรรออกแบบป้องกันบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าออก | | | | | |
| 4 | อพาร์ทเมนท์ตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไปควรมีลิฟต์ขึ้นลง | | | | | |
| ด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (decision to rent) | | | | | | |
| 1 | ฉันยินดีที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ | | | | | |
| 2 | หากฉันพึงพอใจกับการเช่าอพาร์ทเมนท์ฉันจะแนะนำให้คนอื่นเช่าอพาร์ทเมนท์ที่เดียวกับฉัน | | | | | |
| 3 | ฉันคิดว่าการเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ฉันเลือกเป็นอพาร์ทเมนท์ที่เหมาะสมสำหรับฉัน | | | | | |
| 4 | ฉันคิดอย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ | | | | | |

ส่วนที่ 4 : ท่านคิดว่ามีปัจจัยอื่นใดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ของท่านในอนาคต

ขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้



ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

47 หมู่บ้านอยู่เจริญ ถนนรังสิต-นครนายก
ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี 12130

5 เมษายน 2559

เรื่อง ใครขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
เรียน ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

กระผมนายปวิณ ภิรมย์ทอง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กระผมทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ที่ดี ดังนั้น
ประสบการณ์ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่าย
กระผมใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินเป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item
Objective Congruence : IOC) ดังนี้ “+ 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้
ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้ “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “- 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่า
เขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์)

(ปวิณ ภิรมย์ทอง)

ผู้เชี่ยวชาญ

นักศึกษา

เจริญสุขเฮ้าส์ อพาร์ทเมนต์ 6/23 หมู่ 20

ซอยศรีจัน ถนนงามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง

กทม. 10900

5 เมษายน 2559

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณสุขชี รอดทอง
ผู้จัดการเจริญสุขเฮ้าส์ อพาร์ทเมนต์

กระผม นายปวิณ ภิรมย์ทอง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กระผมทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ที่ดี ดังนั้น
ประสบการณ์ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่าย
กระผมใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินเป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item
Objective Congruence : IOC) ดังนี้ “+ 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้
ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้ “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “- 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่า
เขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(สุขชี รอดทอง)

(ปวิณ ภิรมย์ทอง)

ผู้เชี่ยวชาญ

นักศึกษา

จัสโก้ แมนชั่น 111/24 ซอยสรณคมน์ 9
ถนนสรณคมน์ แขวงสีกัน เขตดอนเมือง
กทม. 10210

5 เมษายน 2559

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณนิตยา ชัยแก้ว
ผู้จัดการจัสโก้แมนชั่น

กระผมนายปวิณ ภิรมย์ทอง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กระผมทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ที่ดี ดังนั้น
ประสบการณ์ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่าย
กระผมใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินเป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item
Objective Congruence : IOC) ดังนี้ “+ 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้
ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้ “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “- 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่า
เขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารรถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(นิตยา ชัยแก้ว)

ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....

(ปวิณ ภิรมย์ทอง)

นักศึกษา

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล : นายปวิณ ภิรมย์ทอง
- อีเมล : pavin.piro@bumail.net
- ที่อยู่ : 30 ซอยอินทามระ 3 ถนนสุทธิสาร แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กทม.10400
- ประวัติการศึกษา : สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจาก คณะนิเทศศาสตร์
สาขาภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจาก โรงเรียนอัสสัมชัญ กรุงเทพฯ
สายศิลป์ - คำนวณ
- ประสบการณ์การทำงาน : True Corporation ตำแหน่ง Account Executive

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 26 เดือน มกราคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ปวิณ ภิรมย์ทอง อยู่บ้านเลขที่ 30

ซอย 3 ถนน รัชดาภิเษก ตำบล/แขวง งามวงศ์มาลี

อำเภอ/เขต พญาไท จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10400

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7570204391

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้

สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเข้าอบรมเมเนจ
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถใช้งานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ปวิณ ภรณ์ทอง)

ลงชื่อ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อัญธิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลีมล่าวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร