



การศึกษาความต้องการที่พ้องอาศัยประเภทให้เข้า กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



โดย
นางสาวจิตาภา จิตรักษา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ผลงานวิจัยนิตยภัต ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE DEMAND STUDY OF RENTAL ACCOMMODATION : A CASE STUDY OF MUANG
DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE**



By
Jidapa Jitraksa

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

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

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ การศึกษาความต้องการ
ที่พึงอาศัยประเภทให้เช่า กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ” เสนอโดย นางสาวจิตภา จิตรักษา
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรานิช

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.อัญจมา นิลนพคุณ)

...../...../.....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรานิช)

...../...../.....

51602305 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ที่พักให้เช่า

จิตวิทยา จิตรักษา : การศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร.กฤษฎา พ็ชรวานิช. 148 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ศึกษาปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลกับความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกับความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ศึกษาพฤติกรรมทางเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และระดับของความต้องการในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ การกำหนดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาใช้วิธีการของ Yamane ได้จำนวนทั้งสิ้น 384 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ สถิติพื้นฐาน และเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า เป็นเพศหญิงร้อยละ 63.5 และเพศชาย ร้อยละ 36.5 ผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ระดับปริญญาตรี อายุระหว่าง 21-25 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 12.8 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นบิดา มารดา ร้อยละ 50 รองลงมาคือ ตัวผู้เช่าเอง ร้อยละ 40.1 ผลการศึกษา พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อการเช่าที่พักอาศัยมากที่สุด รองลงมาคือ จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยต่อห้อง การเปรียบเทียบข้อมูลที่พักอาศัยก่อนการตัดสินใจเช่า ระยะเวลาการพักในที่พักอาศัยปัจจุบัน และห้องพักอาศัยคับแคบ ตามลำดับ ในด้านปัจจัยทางการตลาด พบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญกับค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก รองลงมา คือ ทางเข้ามีระบบ Key-Card ตามลำดับ

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

51602305: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD: RENTAL

JIDAPA JITRAKSA: THE DEMAND STUDY OF RENTAL ACCOMMODATION: A CASE STUDY OF MUANG DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE. THESIS ADVISOR : KRISADA PACHARAVANICH, Ph. D. 148 pp.

The objective of this research is for studying rental accommodation demand in Muang District: Nakhon Pathom Province, depend on Financial factor, marketing factor include of studying on customer behavior for selecting Rental Accommodation and the level of all concerning requirement that effect to the rental Accommodation demand. The populations for this research are persons who live in rental accommodations that situate in Muang District, Nakhon Pathom Province. Follow Stratified Sampling method, by Yamane Technique get at least 384 for appropriate amount of sample. Use the Questionnaire as a tool for data collecting and then apply with basic statistic and Multiple Regression Analysis by using Multiple Regression Coefficient.

The research summary result found that 63.5 percentages of the samples are female and the other 36.5 percentage are male. the biggest proportion of the samples are bachelor degree students who get monthly salary less than 10000 Baht, the biggest proportion of the samples (48.2) have their own domicile in the central region and next big group are the North – East region domicile samples (12.8 %), Most of decision making influence person for rental accommodation selection are their parents (50%), next big group of the renter make the decision by themselves at 40.1 percentage. The study result found that the renter monthly salary is the most effective factor for accommodation renting, the next factor is as following, member Amount per room , Accommodation data comparing , current rental period and the limited space of rental accommodation.



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2009

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยการได้รับความช่วยเหลือ และความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กฤษฎา พ็ชรวานิช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมทั้งให้ความเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ เป็นผู้ให้คำแนะนำการใช้เครื่องมือทางสถิติ และให้ความรู้ทางด้านสถิติสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ยิ่งสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.โสรัจ ภายบริบูรณ์ เป็นผู้ในคำแนะนำเกี่ยวกับเอกสารอ้างอิงสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนครปฐม ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากรผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ขอขอบพระคุณ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่อนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยที่นำมาใช้สำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ เจ้าของที่พักอาศัยประเภทให้เช่าทุกสถานที่ที่อำนวยความสะดวกผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือให้ข้อมูลการวิจัย โดยการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ และขอบขอบคุณเพื่อนทุกคนในการทำการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้วิจัยโครงการขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่ชาย และพี่สาว ที่ให้ความรักความห่วงใย เป็นกำลังใจ กำลังทรัพย์ สนับสนุนและส่งเสริมในทุก ๆ ด้านแก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญตาราง.....	ฉ
	สารบัญภาพ.....	ฎ
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
	สมมุติฐานการวิจัย.....	3
	ขอบเขตการวิจัย.....	3
	กรอบแนวคิด.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
	ทฤษฎีประชากร.....	7
	ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
	ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด.....	26
	ทฤษฎีการเงิน.....	30
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
	ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	44
	ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	44
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
	การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ.....	45
	ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
งบประมาณในการดำเนินงาน	48
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง	49
ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า	52
ข้อมูลระดับความสำคัญที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด	58
การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการที่พักอาศัย....	63
การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแปร	68
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการวิจัย	76
การอภิปรายผล.....	81
ข้อเสนอแนะ.....	82
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก รายชื่อห้องพักที่จดทะเบียนตามกฎหมายในอำเภอเมือง	87
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	118
ภาคผนวก ค แบบสอบถามความต้องการของลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์..	125
ภาคผนวก ง แบบสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยบริษัทพรีเมียมเพอร์ดี.....	128
ภาคผนวก จ ความต้องการที่อยู่อาศัยเขตสามพราน.....	130
ภาคผนวก ฉ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	138
ประวัติผู้วิจัย.....	148

สารบัญญัตราง

ตารางที่		หน้า
1	การขยายตัวของประชากรไทย พ.ศ.2453-2550	11
2	จำนวนประชากรไทย ปี 2540-2551	11
3	การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย ปี 2551-2573	12
4	คำถาม (6W และ 1H) เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Qs).....	19
5	ความสามารถในการซื้อบ้านของลูกค้าแต่ละกลุ่มรายได้	34
6	แสดงระยะเวลาดำเนินงาน	46
7	แสดงจำนวนและร้อยละของอายุจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	49
8	แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	50
9	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับรายได้ของตนเองต่อเดือนจำแนกตามอาชีพของ กลุ่มตัวอย่าง.....	51
10	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับรายได้ของตนเองต่อเดือนจำแนกตามอายุของ กลุ่มตัวอย่าง.....	51
11	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบันจำแนกตามจำนวนสมาชิก ร่วมห้องของกลุ่มตัวอย่าง.....	52
12	แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้จำแนกตามประเภทที่พักอาศัยของกลุ่ม ตัวอย่าง	53
13	แสดงจำนวนและร้อยละของราคาค่าเช่าต่อเดือนจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม ตัวอย่าง	53
14	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักจำแนกตามผู้ที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง	54
15	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักจำแนก ตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง.....	54
16	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักจำแนกตาม ปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักของกลุ่มตัวอย่าง	55
17	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง	56

ตารางที่		หน้า
18	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยของ กลุ่มตัวอย่าง.....	56
19	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยของ กลุ่มตัวอย่าง.....	57
20	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของ กลุ่มตัวอย่าง.....	57
21	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ย้าย ที่พักอาศัย	58
22	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ย้าย ที่พักอาศัย	59
23	แสดงขั้นตอนในการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาด	59
24	ความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันและใช้ในยามฉุกเฉิน	60
25	ความสัมพันธ์อัตราดอกเบี้ยกับความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร	61
26	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาด	63
27	แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เมื่อให้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่ง ผลต่อการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนเป็นตัวแปร	63
28	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านส่วนบุคคล และด้านพฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักอาศัย	69
29	แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เมื่อให้ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลและด้าน พฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักอาศัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่ พักอาศัยต่อเดือนเป็นตัวแปร	70
30	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความ ต้องการที่พักราคาที่เหมาะสมให้เช่า	72
31	แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เมื่อให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักร ราคาที่เหมาะสมให้เช่า มีผลในการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่พักอาศัย ต่อเดือนเป็นตัวแปร	73

ตารางที่

หน้า

32 รายชื่อหอพักที่จดทะเบียนตามกฎหมาย อำเภอเมืองฯ จ.นครปฐม..... 88



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการศึกษา.....	4
2	โมเดลการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	18
3	แสดงขั้นตอนในการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาด	28
4	ความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันและใช้ในยามฉุกเฉิน	31
5	ความสัมพันธ์อัตราดอกเบี้ยกับความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร.....	31
6	อุปสงค์ของเงิน	32
7	อุปทานของเงิน.....	32



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย เป็นรัฐที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรอินโดจีนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ติดกับประเทศลาว และประเทศกัมพูชา ทิศใต้ติดกับอ่าวไทย และประเทศมาเลเซีย ทิศตะวันตกติดกับทะเลอันดามัน และประเทศพม่า พรมแดนมีแม่น้ำโขงกั้นเป็นบางช่วง ประเทศไทยมีศูนย์กลางการบริหารราชการแผ่นดินอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นทั้งเมืองหลวงและเมืองที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ประเทศไทยมีพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงเป็นพระมหากษัตริย์องค์ที่ 9 แห่งราชวงศ์จักรี

ภาคกลาง เป็นภูมิภาคตอนกลางของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ภาคกลางแบ่งออกเป็น 22 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร กำแพงเพชร ชัยนาท นครนายก นครปฐม นครสวรรค์ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระบุรี สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551) คนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตร การเลี้ยงสัตว์ การทำประมงทั้งน้ำจืด และน้ำเค็ม และค้าขาย

นครปฐม เดิมที่ตั้งอยู่ริมทะเล เป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมานับตั้งแต่ครั้งสมัยสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีในสมัยทวารวดี (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551) นครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย รวมทั้งพุทธศาสนา และเป็นศูนย์กลางของความเจริญ ต่อมาได้เกิดความแห้งแล้งขึ้นในเมืองนครปฐม เพราะกระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทาง ประชาชนอพยพไปตั้งหลักแหล่งอยู่ริมน้ำ และสร้างเมืองใหม่ขึ้น ชื่อ "นครชัยศรี" (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551) นครปฐมกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลาหลายร้อยปี จนกระทั่ง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ขณะทรงผนวชอยู่ได้ทรงค้ำไปพบพระปฐมเจดีย์ ทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ ทรงโปรดฯ ให้ก่อเจดีย์แบบลังกาครอบเจดีย์เดิมไว้ ทรงปฏิสังขรณ์สิ่งต่าง ๆ ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดี เพื่อให้การคมนาคมสะดวกขึ้น ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ทรงเริ่มก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ไปยังเมืองนครปฐม และย้ายเมืองจาก

ตำบลท่านา อำเภอนครชัยศรี มาตั้งที่บริเวณพระปฐมเจดีย์ และเปลี่ยนชื่อจากเมือง "นครชัยศรี" เป็นเมือง "นครปฐม" (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551)

ความเป็นราชธานีที่เก่าแก่มาแต่โบราณ นครปฐมจึงมีประชาชนหลากหลายเชื้อชาติที่อพยพมาตั้งถิ่นฐาน ชาวนครปฐมปัจจุบันสามารถจำแนกได้ 5 เชื้อชาติหลัก คือ เขมร ลาว มอญ จีน และไทยโซ่ง (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551) ชาวเขมร และชาวลาว ต่างเรียกว่าลาวเวียงจันทร์ ชาวมอญ เป็นประชากรอีกกลุ่มหนึ่งที่อพยพเข้ามา เนื่องจากเกิดสงครามกลางเมืองกับพม่า ชาวจีนอพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดโดยอพยพมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 2 และ 3 ชาวจีนจะประกอบอาชีพพ่อค้าวานิชเป็นหลัก (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551) ชาวไทยโซ่ง เป็นอีกเชื้อชาติหนึ่ง ชาวไทยโซ่งนั้นเดิมเรียกว่าลาวโซ่ง โดยได้อพยพเข้ามาในสมัยรัชกาลที่ 3 นอกจากเชื้อชาติดังกล่าวมาแล้ว ยังมีแขกอีกเชื้อชาติหนึ่งซึ่งได้อพยพเข้ามาอาศัยในจังหวัดนครปฐม โดยมีชุมชนใหญ่อยู่ในบริเวณวัดประฆาณหรือที่ชาวบ้านเรียกทั่วไป คือ วัดโคกแข (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551) นครปฐมแบ่งออกเป็น 7 อำเภอ ได้แก่ (1) อำเภอเมืองนครปฐม (2) อำเภอกำแพงแสน (3) อำเภอนครชัยศรี (4) อำเภอดอนตูม (5) อำเภอบางเลน (6) อำเภอสามพราน (7) อำเภอพุทธมณฑล

ประชากรส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพในทางเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา การทำไร่ การทำสวนผลไม้และการเลี้ยงสัตว์ อย่างไรก็ตาม ความเจริญทางด้านธุรกิจ อุตสาหกรรมและการขยายตัวของเขตเมือง ทำให้บริเวณพื้นที่ที่ใช้เพื่อการเกษตรลดลงเรื่อย ๆ จังหวัดนครปฐมมีสถานประกอบการอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 1,874 แห่ง เงินลงทุนจำนวน 40,081.305 ล้านบาท มีจำนวนคนทำงานทั้งสิ้น 90,466 คน และมีสถานประกอบการธุรกิจ ที่จดทะเบียนพาณิชย์ธุรกิจ จำนวน 15,743 ราย (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2551)

ที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการที่จำเป็นพื้นฐาน (ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551:1) มนุษย์จำเป็นต้องมีที่อยู่อาศัยเพื่อพักผ่อนหลังจากการทำงาน ประชาชนที่ทำงานแล้วมีฐานะทางเศรษฐกิจดี จะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ส่วนประชาชนที่มีรายได้น้อยจะเช่าที่อยู่อาศัยแทน

ปัจจัยพื้นฐานในการเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่า ผู้เช่าไม่ได้เช่าเพียงตัวบ้านเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงความพอใจในการอยู่อาศัยร่วมด้วย ความพอใจที่ว่าคือ ธรรมชาติประโยชน์ที่ผู้เช่าจะได้รับตามขนาดของห้องเช่า ความสะดวกสบาย รวมถึงสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่ผู้เช่าต้องการ เพื่อความสุขในการพักอาศัยและใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัว (ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551:1)

ความเจริญทางด้านธุรกิจ ทำให้เกิดปัญหาการโยกย้ายที่อยู่อาศัย และปัญหาการเดินทางเข้ามาศึกษาเล่าเรียน เข้ามาทำงานบริษัทอุตสาหกรรม โรงงาน หรือธุรกิจอื่น ๆ เกิดขึ้นเป็น

ประจำ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยเดิม เพื่อเข้ามาทำงานในเมืองใช้เวลาในการเดินทาง และเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง ประชาชนจึงมีความต้องการในที่พักอาศัยประเภท คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ ห้องเช่า หรือหอพักมากขึ้น เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ฉะนั้นการศึกษาค้นคว้าความต้องการในที่พักอาศัยประเภทให้เช่า จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่ไม่มีที่พักอาศัยในเขตเมือง ที่พักอาศัยประเภทให้เช่าจึงมีบทบาทสำคัญในเมืองใหญ่

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 ศึกษาความต้องการที่ที่พักอาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

2.2 ศึกษาปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลกับความต้องการที่ที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

2.3 ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกับความต้องการที่ที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

2.4 ศึกษาพฤติกรรมทางเลือกที่ที่พักอาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการที่จะเช่าที่พักอาศัย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา ระยะทางในการเดินทางไปทำงาน ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อัตราค่าเช่าต่อเดือน กฎระเบียบที่ที่พักอาศัย ข้อบังคับของที่พักอาศัย ความต้องการที่พักอาศัย

ขณะที่ความต้องการภายนอก ได้แก่ ปัจจัยการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการประเมินการตลาด และความต้องการเช่าที่พักอาศัย

4. ขอบเขตการวิจัย

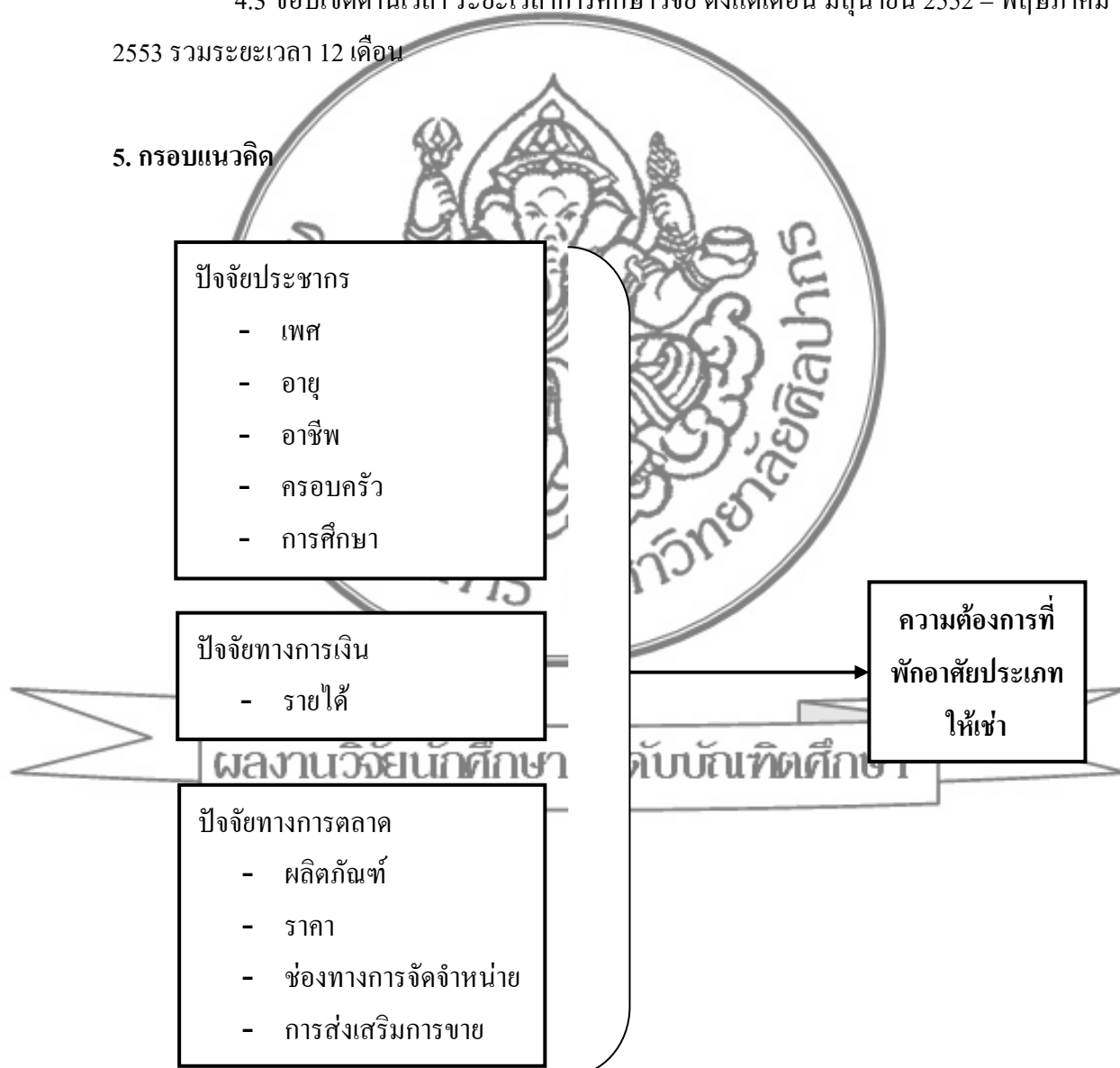
การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยพัฒนา (Research and Development) ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า ประกอบด้วย การศึกษาทางการเงิน การตลาด ลักษณะของที่พักอาศัย ตลอดจนพฤติกรรมการเลือกที่พักอาศัยของผู้พักอาศัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจด้านที่พักอาศัยประเภทให้เช่า

4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มประชาชนที่อาศัยในที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีจำนวนทั้งหมด 109 แห่ง (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนครปฐม 2552)

4.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2552 – พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 12 เดือน

5. กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทราบความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

6.2 ทราบปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลกับความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

6.3 ทราบปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกับความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

6.4 ทราบพฤติกรรมการเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใด ๆ เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ และความต้องการของผู้บริโภค เช่น ห้องเช่า อพาร์ตเมนต์ แมนชั่น หอพัก ฯลฯ (ไพรัช มากกาญจนกุล 2542:113)

ราคา หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ เช่น ค่าเช่าที่พักในแต่ละเดือน (ไพรัช มากกาญจนกุล 2542: 115)

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้บริการ(ไพรัช มากกาญจนกุล 2542:117)

การส่งเสริมการขาย หมายถึง การใช้ข้อมูลเพื่อสร้างความคิด ทศนคติ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ หรือเช่าผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้ให้เช่าโดยใช้วิธีต่างๆ(ไพรัช มากกาญจนกุล 2542:117)

ที่อยู่อาศัย หมายถึง อาคารสถานที่พักอาศัยสำหรับเช่าเท่านั้น โดยจัดเป็นห้องสำหรับผู้ทำสัญญาเช่าจำนวน 1 ราย (ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551: 4)

เช่า หมายถึง ผู้ครอบครองไม่ได้เป็นเจ้าของอาคาร และต้องเสียค่าตอบแทนให้แก่เจ้าของอาคารตามสัญญาเช่า (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2543)

โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า "แขก" (Guest) (ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 2551)

ตึกแถว ห้องแถว หมายถึง อาคารที่ก่อสร้างติดต่อกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังร่วมแบ่งอาคารเป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุไม่ทนไฟเป็นส่วนใหญ่ (ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร 2522, อ้างถึงในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร 2522)

อาคารพาณิชย์ หมายถึง อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรมหรือบริการธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตเทียบได้ไม่เกิน 5 แรงม้า และให้หมายความรวมถึงอาคารอื่นใดที่ก่อสร้างห่างจากถนนหรือทางสาธารณะไม่เกิน 20 เมตร ซึ่งอาจใช้เป็นอาคารเพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรมได้ (ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร 2522, อ้างถึงในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร 2522)

หอพัก หมายถึง สถานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับผู้พักตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ซึ่งได้แก่ หอพักเอกชนที่รับนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา เข้าพักตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป และนักเรียน นิสิต นักศึกษาในที่นี้ หมายความว่ารวมถึงนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ในโรงเรียนเอกชนที่สอนวิชาเสริมสวย วิชาช่างกล วิชาตัดเย็บเสื้อผ้าหรือวิชาชีพอย่างอื่นซึ่งได้รับอนุญาตจัดตั้งตามพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พ.ศ. 2525 ด้วยอย่างไรก็ดี หอพักที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติหอพักดังกล่าวข้างต้นนี้ นอกจากจะรับนักเรียน นิสิต นักศึกษาเข้าพักแล้ว ยังอาจมีบุคคลในอาชีพอื่นเข้าพักอยู่ด้วยก็ได้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2543)

แฟลต อพาร์ทเมนต์ (Flat) หมายถึง อาคารพักอาศัยเพื่อเช่า ที่มีลักษณะเป็นตึกสูงไม่เกิน 5 ชั้น ซึ่งแบ่งเป็นห้องอยู่อาศัยจำนวนหลายห้องแล้วแต่ขนาด อาศัยอยู่กันหลายครอบครัว มีทางเข้าออก ทางขึ้นลงทางเดินและส่วนอื่นๆ ร่วมกัน ส่วนมากเป็นอาคารชุดระดับล่าง (ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 2551)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความต้องการที่พอกอาศัยประเภทให้เช่า กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม ได้นำวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. ทฤษฎีประชากร
2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีการเงิน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีประชากร (Population Theories)

ทฤษฎีประชากร คือ ทฤษฎีที่สร้างขึ้นเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ และพฤติกรรมทางประชากร ในลักษณะต่างๆ ทฤษฎีประชากรมีอยู่หลายทฤษฎี แต่ละทฤษฎีอธิบายปรากฏการณ์ทางประชากร แตกต่างกันไปตามภาวะเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ในยุคนั้นๆ ทฤษฎีประชากรและแนวคิดด้านประชากร มีดังนี้

1.1 แนวคิดสมัยโบราณและสมัยกลางเกี่ยวกับประชากร แนวคิดนี้สนับสนุนการเพิ่มจำนวนประชากร ส่งเสริมให้มีอัตราเกิดสูง เพราะในช่วงเวลานั้น อันตรายจากความอดอยาก โรคระบาด และสงครามอยู่ในระดับสูง และหากเมื่อมีประชากรมากเกินไป จะแก้ไขด้วยการย้ายถิ่น การฆ่าทารก หรือการทำแท้ง (นิพนธ์ เทพวัลย์ 2523)

1.2 แนวคิดกลุ่มพาณิชยนิยม แนวคิดนี้เกิดหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 19 ที่เน้นประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การเมือง และการทหาร การมีประชากรจำนวนมาก โดยเชื่อว่าถ้าจำนวนประชากรมากขึ้น คนที่อยู่ในวัยแรงงานจะทวีจำนวนมากขึ้น ทำให้ค่าจ้างแรงงานถูก ต้นทุนการผลิตต่ำ ได้แก่แนวคิดของบุคคลต่อไปนี้

Batero (2009) พบว่า ทรายใดที่อาหารยังอุดมสมบูรณ์ ประชากรมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถือเป็นความมั่นคงของประเทศ โดยมีปัจจัยในเรื่องความยากจน สงคราม และโรคระบาด เป็นปัจจัยที่จำกัดการเพิ่มประชากร

Tamber (2009) พบว่า ความหนาแน่นของประชากร เป็นพื้นฐานของความอุดมสมบูรณ์ เพราะประชากรที่อยู่กันอย่างหนาแน่น จะต้องทำงานหนักเพื่อต่อสู้กับการมีชีวิตอยู่

Spengler (2009) พบว่า ปัจจัยหลายอย่างที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มประชากร เช่น โรคระบาด สงคราม สภาพอากาศ และสาเหตุอื่นๆ เช่น การทำแท้ง การเลื่อนอายุการแต่งงาน

แนวคิดกลุ่มพาณิชยนิยมมีความเห็นที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่มีแนวคิดหลักในการส่งเสริมให้มีการสมรส มีบุตรจำนวนมาก และย้ายถิ่นเข้าประเทศ โดยเฉพาะในระดับคนงานมีฝีมือ ถ้ามีประชากรมากเกินไปให้จัดส่งไปยังประเทศอาณานิคม หรือมีการทำสงครามเพื่อแก้ปัญหาความอดอยาก แนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดที่มุ่งเพิ่มรายได้ประชาชาติ และอำนาจเป็นหลัก

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มประชากร ภาวะประชากรที่มากเกินไป อาจหมายถึงความหนาแน่น หรืออัตราส่วนของประชากรต่อพื้นที่อันจำกัด หรืออาจหมายถึงอัตราส่วนของประชากรต่อสิ่งยังชีพ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยการผลิต เช่น ทุนที่ใช้ในการผลิต การศึกษา การบริการด้านสุขภาพ และผลผลิต

Malthus (1898) เป็นนักเศรษฐศาสตร์ประชากรคนแรก ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของขนาด และการเพิ่มประชากรต่อสิ่งยังชีพ โดยเชื่อว่าประชากรมีการเพิ่มในอัตราแบบเรขาคณิต คือเพิ่มทีละเท่าตัว (1, 2, 4, 8, 16...) ในขณะที่สิ่งยังชีพ เพิ่มขึ้นในอัตราแบบเลขคณิต คือเพิ่มทีละตัว (1, 2, 3, 4, 5...) ทำให้ประชากร มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าการเพิ่มของสิ่งยังชีพ ซึ่งสภาวะเช่นนี้ สามารถควบคุมให้กลับสู่สภาวะสมดุลได้ โดยใช้มาตรการควบคุม 2 ทาง ได้แก่

1.3.1 การควบคุมโดยตรง (Positive Check) คือการเพิ่มอัตราการตาย เช่น การทำสงคราม การเกิดโรคระบาด การขาดแคลนอาหาร ภัยธรรมชาติ เหตุการณ์ดังกล่าว จะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งยังชีพ ไม่เพียงพอที่จะตอบสนองต่อการเพิ่มของประชากร และเหตุการณ์นี้จะดำเนินต่อไปจนกระทั่งประชากรลดจำนวนลงมา อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับสิ่งยังชีพ

1.3.2 การป้องกัน (Negative Check) คือ การลดภาวะเจริญพันธุ์ ซึ่งทำได้ 2 ลักษณะคือ 1) การควบคุมทางศีลธรรม (Normal Restraint) เช่น การเลื่อนอายุแรกสมรส งดเว้นการมีเพศสัมพันธ์ และ 2) การควบคุมที่ไม่ถูกต้องตามศีลธรรม (Vice) เช่น การคุมกำเนิด การทำแท้ง

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีของ Karl Marx ได้กล่าวถึงปัญหาประชากรไว้ว่า ถ้าพิจารณาในแง่ของชีววิทยาแล้ว สภาวะที่ส่งผลให้ประชากรมากเกินไปจะไม่เกิดขึ้น เพราะสิ่งมีชีวิต จะมีปริมาณที่ได้คุณภาพเสมอ เมื่อมีปริมาณมากเกินไปสภาวะการณต่างๆ ตามธรรมชาติ จะทำให้จำนวนการตายเพิ่มขึ้น ทำให้จำนวนที่เหลืออยู่เป็นจำนวนดุลยภาพ (วิพวรรณ ประจวบเหมาะ 2537)

1.4 ทฤษฎีขนาดของประชากรที่เหมาะสม (Optimum Population Theory)

เป็นแนวคิดในเรื่องขนาดของประชากร ในพื้นที่หนึ่ง และในสถานการณ์ทำให้มีระดับการครองชีพดีที่สุดใน หากพิจารณาถึงจำนวนประชากร ที่เหมาะสมที่สุดในด้านการเกษตร ก็คือ อัตราที่เหมาะสมที่สุด ระหว่างจำนวนประชากรกับจำนวนเนื้อที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูก ซึ่งทำให้ได้รับผลผลิตสูงสุด เป็นเรื่องของกฎการลดน้อยถอยลงของผลผลิต

ต่อมาทฤษฎีนี้ได้เปลี่ยนมาพิจารณาในเชิงเศรษฐกิจ การมีขนาดของประชากรที่เหมาะสมที่สุด หมายถึง สถานะทางเทคนิค และเศรษฐกิจที่มีอยู่ในขณะนั้น ประชากรที่มีควรมีขนาดที่จะทำให้ได้ผลผลิตต่อบุคคลสูงสุด รวมทั้งทำให้ประชากรมีระดับการครองชีพดีที่สุดในส่วนประเทศใด มีจำนวนประชากรต่ำกว่าขนาดที่เหมาะสม ก็จะมีลักษณะที่เรียกว่า มีประชากรน้อยเกินไป (Under-Population) ต้องหาทางเพิ่มจำนวนประชากร ให้ถึงขนาดที่เหมาะสม และหากประเทศใด มีจำนวนประชากรมากกว่าขนาดที่เหมาะสม มีประชากรมากเกินไป (Over-Population) ควรจะลดจำนวนประชากรลงมาถึงระดับขนาดที่เหมาะสมที่สุด

ดังนั้น แบบแผนของประชากรที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน ที่มีพื้นฐานมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรม และการพัฒนาในแง่ความทันสมัย ความเป็นอุตสาหกรรม และความเป็นเมืองในประเทศกำลังพัฒนา ทำให้ภาวะเจริญพันธุ์ลดลงเช่นเดียวกับประเทศตะวันตก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางประชากรประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงทางประชากร (Pre-Transition Phase) เป็นช่วงที่มีอัตราการตายอยู่ในระดับสูง แต่มีการแปรผันในบางช่วงเวลา ตามการเกิดขึ้นของภาวะการขาดแคลนอาหาร สงคราม และการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ เพื่อรักษาคุณภาพทางประชากร ที่มีอัตราการเกิดสูงตามไปด้วย ช่วงนี้มักเกิดขึ้นก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม

ขั้นตอนที่ 2 ช่วงการเปลี่ยนแปลงทางประชากร (Transition Phase) เป็นช่วงที่อัตราการตายลดลง เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมมีการขยายตัวทางอุตสาหกรรม และความเป็นเมือง ประกอบกับความทันสมัย ทำให้คู่สมรสมองว่า การมีบุตรมากไม่สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและสังคม จึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของบุตร มากกว่าปริมาณของบุตร ทำให้มีการควบคุมภาวะเจริญพันธุ์โดยการคุมกำเนิด และในที่สุดภาวะเจริญพันธุ์ก็ลดลงตามไปด้วย

ขั้นตอนที่ 3 ช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงทางประชากร (Post-Transition Phase) เป็นช่วงที่อัตราการเกิดและการตายลดลงจนอยู่ในระดับต่ำ โดยการเกิดจะมีการแปรผันตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม

1.5 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของการเพิ่มประชากรต่อการพัฒนา

การเพิ่มประชากรเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไม่ใช่ปัญหาหลักของการพัฒนา เนื่องจากอัตราเพิ่มประชากรส่งผลให้การออม และการสะสมทุนลดลง เกิดปัญหาการว่างงาน ปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อม ส่วนอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจ ไม่ได้มีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากร แต่มีสาเหตุมาจากการที่ประชากรส่วนใหญ่ยากจน ขาดการศึกษา และมีสุขภาพอนามัยที่ไม่สมบูรณ์ ในประเทศที่พัฒนาแล้ว มีการใช้ทรัพยากรของโลกในสัดส่วนที่สูงเกินไป จึงควรลดการบริโภคทดแทนการใช้วิธีจำกัดการเพิ่มประชากร และควรมีนโยบายลดการย้ายถิ่นจากชนบทสู่เมืองในประเทศกำลังพัฒนา เพื่อแก้ปัญหาการกระจายตัวอย่างไม่สมดุลของประชากร (นิพนธ์ เทพวัลย์ 2523)

การเปลี่ยนแปลงของประชากรไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาและแนวโน้มในอนาคต 10 ปีข้างหน้า

ธนาคารอาสารสงเคราะห์ พบว่า การขยายตัวของประชากรไทยทั่วประเทศ ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประชากรของประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มอย่างรวดเร็ว คือประมาณร้อยละ 3 ต่อปี จนประมาณปี พ.ศ. 2500 ธนาคารโลก (World Bank) เสนอให้ประเทศไทย มีนโยบายด้านประชากรและดูแลอัตราการเพิ่มของประชากรให้เหมาะสม ต่อมาในช่วงปี พ.ศ.2500 – 2513 ประเทศไทยได้มีนโยบายควบคุมอัตราการเพิ่มของประชากรโดยใช้การวางแผนครอบครัว หลังจากปี พ.ศ. 2513 ได้มีการทบทวนนโยบายและแผนด้านประชากรไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการควบคุมประชากร จนกระทั่งเมื่อถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) อัตราการเพิ่มของประชากรได้ลดลงมาอยู่ในระดับที่ต่ำมากแล้ว ประเทศไทยจึงไม่มีการกำหนดนโยบายประชากรในแผนชาติอีกต่อไป

แผนวิจัยภาคีของ ระดับบัณฑิตศึกษา

ในระยะ 10 ปีมานี้ ภาวะเจริญพันธุ์รวมของประชากรในประเทศไทยได้ลดต่ำลง อัตราเจริญพันธุ์รวม หรือจำนวนบุตรเฉลี่ยสตรีหนึ่งคนจะมีตลอดวัยเจริญพันธุ์ของตนได้ลดต่ำกว่า 2 ซึ่งเป็นระดับทดแทนเท่านั้น ทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรได้ลดต่ำลงมาก เห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2533-2543 อัตราการเพิ่มเฉลี่ยของประชากรไทยมีร้อยละ 1.11 ต่อปี (ดูตารางที่ 1) และจากข้อมูลของกรมการปกครอง พบว่า ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา พ.ศ. 2540-2550 อัตราการเพิ่มเฉลี่ยของประชากรไทยเหลือเพียงร้อยละ 0.36 ต่อปีเท่านั้น โดยในปี 2550 ประชากรโดยรวมของทั้งประเทศมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 63 ล้านคน จนทำให้หลายฝ่ายวิตกกังว่า ในอนาคตอาจจะมีปัญหาในเรื่องการขาดแคลนแรงงาน จำนวนเด็กและคนในวัยแรงงานน้อยลง ในขณะที่จำนวนคนชราจะมากขึ้น (ดูตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 การขยายตัวของประชากรไทย พ.ศ. 2453 – 2550

ปี	N	จำนวนประชากร	อัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี	
			ช่วงเวลา	(%)
2453	...	8,266,408
2462	9	9,207,355	2453 - 2462	1.21%
2472	10	11,506,207	2462 - 2472	2.25%
2480	8	14,464,105	2472 - 2480	2.90%
2490	10	17,442,689	2480 - 2490	1.89%
2499	9	22,811,701	2490 - 2499	3.03%
2503	4	26,257,916	2499 - 2503	3.58%
2513	10	34,397,374	2503 - 2513	2.74%
2523	10	44,824,540	2513 - 2523	2.68%
2533	10	54,548,530	2523 - 2533	1.98%
2543	10	60,916,441	2533 - 2543	1.11%
2550	7	62,828,742	2543 - 2550	0.44%

ที่มา : “ประชากรไทยที่อยู่อาศัยไทย.” วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 54, 1(กรกฎาคม-กันยายน 2551) : 10.

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรประเทศไทย ปี 2540 – 2551

ปี	จำนวนประชากร (คน)	อัตราการขยายตัว (%)
2540	60,816,227	
2541	61,466,178	1.07
2542	61,661,701	0.32
2543	61,878,746	0.35
2544	62,308,887	0.70
2545	62,799,872	0.79
2546	63,079,765	0.45
2547	61,973,621	-1.75

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปี	จำนวนประชากร (คน)	อัตราการขยายตัว (%)
2548	62,418,054	0.72
2549	62,828,706	0.66
2550	63,038,247	0.33
2551*	63,079,634	-

ที่มา : “ประชากรไทยที่อยู่อาศัยไทย,” วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 54, 1(กรกฎาคม-กันยายน 2551) : 10.

การคาดประมาณการจำนวนประชากรไทยในอนาคต การคาดประมาณประชากรของประเทศไทยในอนาคตข้างหน้า เป็นข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการวางแผนและกำหนดนโยบายต่างๆ ทั้งในด้านประชากร เศรษฐกิจ สังคม การพัฒนาเมืองและที่อยู่อาศัยของประเทศ สมมติฐานด้านภาวะเจริญพันธุ์ การตาย และการย้ายถิ่นที่เป็นไปได้มากที่สุดในอนาคต

การประมาณการ พบว่าประชากรของประเทศไทยในปี 2550 มีจำนวน 66,230,318 คน และในปี 2560 มีจำนวน 71,250,380 คน เป็นแนวโน้มประชากรของไทยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงตามลำดับทุกปีโดยในปี 2550 ขยายในอัตราร้อยละ 1.01 และในปี 2560 ขยายเพียงร้อยละ 0.49 ในช่วง 10 ปีดังกล่าวนี้ประชากรเพิ่มขึ้นเพียง 5 ล้านคน เฉลี่ยปีละ 5 แสนคน (ดูตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย ปี 2551 – 2573

ปี	จำนวนประชากร (คน)	อัตราการขยายตัว (%)
2543	62,236,169	-
2550	66,230,318	1.01
2551	66,975,861	1.13
2552	67,774,429	1.19
2553	68,559,404	1.16
2554	69,135,313	0.84
2555	69,616,644	0.70
2556	69,998,988	0.55

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปี	จำนวนประชากร (คน)	อัตราการขยายตัว (%)
2557	70,311,365	0.45
2558	70,629,771	0.45
2559	70,904,048	0.39
2560	71,250,380	0.49
2561	71,679,406	0.60
2562	72,174,174	0.69
2563	72,684,594	0.71
2564	73,078,226	0.54
2565	73,476,900	0.55
2566	73,877,949	0.55
2567	74,285,907	0.55
2568	74,715,056	0.58
2569	75,072,405	0.48
2570	75,454,341	0.51
2571	75,859,344	0.54
2572	76,286,132	0.56
2573	76,733,686	0.59

ที่มา : “ประชากรไทยที่อยู่อาศัยไทย,” วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 54, 1(กรกฎาคม-กันยายน 2551) : 11

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

การเปลี่ยนแปลงของประชากรเมืองใน กทม. และเมืองใหญ่ในภูมิภาคในปัจจุบันและอนาคต 10 ปีข้างหน้า

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ระดับของความเป็นเมือง (Level of Urbanization) ของประเทศไทย ก่อน พ.ศ. 2542 ใช้วิธีคำนวณจากสัดส่วนของประชากรในเขตเทศบาลกับประชากรทั้งหมดใน พ.ศ.2542 มีประชากรเมืองในเขตเทศบาลประมาณร้อยละ 19 ของประชากรทั้งหมด แต่ภายหลังจากมีการออกพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงยกฐานะของสุขาภิบาลให้เป็นเทศบาล ทำให้จำนวนประชากรเมือง ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 31 ดังนั้น การเปลี่ยนนิยามความหมายของเมือง จึงมีผลต่อจำนวนประชากรในเขตเมือง

ข้อมูลของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่ามีจำนวนประชากรเขตเมือง (เขตเทศบาลและเมืองทุกประเภท) ของประเทศไทยปี 2551 ประมาณ 22.8 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 36.1

การพิจารณาข้อเท็จจริง พบว่าจำนวนประชากรเมืองของประเทศไทยมีมาก ประการแรกขอบเขตความเป็นเมืองส่วนใหญ่แล้วจะกว้างเกินเขตเทศบาลออกไป และยังมีประชากรแฝง ที่เข้ามาอยู่อาศัยโดยไม่ได้ย้ายสำมะโนครัว

การประมาณการการขยายตัวของประชากรเมืองในอนาคตของจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศโดยภาพรวม ยกเว้นการคาดการณ์จำนวนประชากรของบางจังหวัดที่มีการจัดทำผังเมืองรวม การขาดข้อมูลสถิติจำนวนประชากรที่อยู่อาศัยในเมืองที่ถูกคั่งทิ้งในปัจจุบันและในอนาคต ทำให้ การวางผังเมือง การจัดสาธารณูปโภค การวางแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยเมือง การกำหนดอัตราการจัดเก็บภาษีที่เหมาะสมกับการทำนุบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมของเมืองไม่สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

โครงสร้างของประชากรไทยในปัจจุบัน เช่น เพศ วัย อัตราการเกิด อัตราการตาย มีผลต่อการกำหนดนโยบายและแผนงานด้านต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม จากข้อมูลของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ณ กลางปี 2551 พบว่ามีวัยแรงงาน จำนวน 42.44 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 67.2 และมีผู้สูงอายุกว่า 7 ล้านคน อัตราการเกิด และอัตราการตาย (ต่อประชากรพันคน) อยู่ที่ 12.5 และ 8.0 ตามลำดับ และเป็นน่าสังเกตว่าประชากรในกรุงเทพฯ เมืองเดียว มีจำนวนถึง 6.63 ล้านคน จากประชากรทั้งหมดของประเทศ 63.121 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 10.5

การขยายตัวของประชากรกับความต้องการที่อยู่อาศัย ความต้องการที่อยู่อาศัยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น จำนวนประชากร โครงสร้างประชากร ระดับรายได้ของประชากร รวมทั้งปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเงิน การธนาคารและความต้องการที่อยู่อาศัยในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้จะต้องทราบอัตราการเพิ่มประชากร โครงสร้างของครัวเรือน เช่น เป็นครัวเรือนเดี่ยว ครัวเรือนขยาย จำนวนสมาชิกของครัวเรือน โครงสร้างอายุของสมาชิกในครัวเรือน ระดับรายได้ และความสามารถในการจ่ายค่าที่อยู่อาศัยของครัวเรือน

ลักษณะทางสังคมเศรษฐกิจของครัวเรือนเป็นตัวกำหนดความต้องการที่อยู่อาศัยในเชิงคุณภาพ และสามารถคาดการณ์ความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทต่างๆ ที่สอดคล้องกับ โครงสร้าง และลักษณะของครัวเรือนได้อย่างเหมาะสม

ปฏิญญาสากล Agenda 21 ขององค์การสหประชาชาติ กำหนดให้มีที่อยู่อาศัยที่พอเพียงสำหรับทุกคน Adequate Housing for All ดังนั้น หน้าที่ของรัฐบาลในทุกประเทศต้องดำเนินการ

ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าจะต้องมีการวางแผนที่ และแก้ไขปัญหาคือที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน การวางแผนรองรับความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนทุกกลุ่มในอนาคต พิจารณาจากโครงสร้างของครัวเรือนและความสามารถในการจ่ายด้านที่อยู่อาศัย และสนับสนุนให้ตลาดที่อยู่อาศัยทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความสมดุลระหว่าง อุปสงค์ และอุปทานในทุกกลุ่มรายได้ ดังนั้น ในระดับชาติต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับจำนวนและการกระจายของประชากรในอนาคต ระหว่างเขตเมืองและชนบท ระหว่างเมืองขนาดต่างๆ มหานคร เมืองหลัก เมืองรอง เมืองเล็ก การวางแผนการกระจายประชากรต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาด้านอื่นๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ หน่วยงาน การขนส่ง สังคม วัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม สภาพทางกายภาพ ความปลอดภัย และพิจารณาถึงนโยบายเช่น กำหนดให้พื้นที่เหล่านั้นมีการพัฒนาหรืออนุรักษ์เพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

การศึกษาการจัดทำแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยเมืองของการเคหะแห่งชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน การคาดการณ์ความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมืองในภูมิภาคหลายเมือง พบว่าวิสัยทัศน์การพัฒนาของเมืองส่งผลต่อการกำหนดกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเมือง เป็นแรงดึงดูดประชากรให้อพยพเข้ามาอยู่อาศัยในเมือง และแบ่งกลุ่มประชากรได้เป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มที่มีความสามารถในการจ่ายที่อยู่อาศัยในระบบตลาดปกติ ทั้งตลาดซื้อขายบ้าน และตลาดบ้านเช่า กับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่ไม่สามารถจ่ายเพื่อมีที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับอัตราของตน เมืองที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงมีผลให้กลุ่มผู้มีรายได้น้อยอพยพเข้ามาหางานทำในเมืองเป็นจำนวนมาก กลุ่มผู้มีรายได้น้อยนี้มีความจำเป็นต้องอยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน มักจะอยู่ในย่านใจกลางเมือง ที่ดินมีราคาแพง ดังนั้นหากเมืองไม่มีการวางแผนล่วงหน้าสำหรับให้ผู้มีรายได้น้อย เมืองจะประสบปัญหาชุมชนแออัด และชุมชนบุกรุกในอนาคต

ข้อมูลด้านการคาดการณ์ประชากร และลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคมของครัวเรือน จึงมีความสำคัญยิ่งต่อการวางแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยและการพัฒนาเมือง เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สามารถคาดการณ์ความต้องการที่อยู่อาศัยของทุกกลุ่ม ทุกระดับรายได้สามารถกำหนดและแบ่งสรรบทบาทหน้าที่ ระหว่างภาครัฐ และเอกชนในการพัฒนาที่อยู่อาศัยเมืองได้อย่างเหมาะสม สามารถคาดการณ์ ความต้องการด้านพื้นที่ ที่ดิน ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ การเงินเคหการ การพัฒนาอาคารก่อสร้าง และวัสดุก่อสร้าง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่อยู่อาศัยอย่างเหมาะสมสำหรับประชากรเมืองทุกกลุ่มและนำไปสู่การเป็นเมืองที่น่าอยู่

ภาคเอกชนเริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างจริงจังต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัยของประเทศไทย ตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2520 และในปัจจุบันภาคเอกชนที่บทบาทสำคัญที่สุดในการพัฒนาที่อยู่อาศัยของประเทศไทย ได้ใช้หลักการตลาด คือ อุปสงค์และอุปทาน ในการวิเคราะห์การลงทุน อาศัย

ข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงประชากรและครัวเรือนเป็นกรอบในการพิจารณาด้านอุปสงค์ กำหนดจำนวนหน่วยที่จะจัดสร้างในแต่ละช่วงเวลาและยังให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งของโครงการ มีการพิจารณาจากการกระจายตัวของแหล่งงาน สถานศึกษา และการคมนาคมขนส่ง เป็นหลัก ในอดีตใช้ทำเลตามทางด่วน แต่แนวโน้มในอนาคตจะต้องพิจารณาทำเลตามแนวทางรถไฟฟ้าแทน

ผู้ประกอบการมีการพิจารณาพฤติกรรมของผู้อยู่อาศัย ในยุคแรกๆของบ้านจัดสรร ผู้ซื้อซื้อเนื่องจากการขยายครอบครัว ต่อมาในยุคทศวรรษ 2530 เป็นยุคเฟื่องฟูของหมู่บ้านจัดสรร เหตุผลในการซื้อคือการสร้างครอบครัวใหม่ ในยุควิกฤติต้มยำกุ้งปี 2540 ความต้องการที่อยู่อาศัยมีขนาดเล็กกลงเนื่องจากมีข้อจำกัดจากความพร้อมทางด้านการเงิน และในยุคปัจจุบัน 2551 นี้เป็นยุคแห่งความต้องการวิถีชีวิตอิสระและการเดินทางที่สะดวก การคาดการณ์ความต้องการที่อยู่อาศัย จึงจำเป็นต้องศึกษามิติทางสังคม เช่น จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น วิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ที่อยู่คนเดียวมากขึ้น อาจจะมีการหย่าร้างมากขึ้น ทำให้ขนาดของครอบครัวเล็กกลง

การคาดการณ์จำนวนประชากรโดยรวม ในการวิเคราะห์ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยต้องพิจารณาความต้องการที่อยู่อาศัยจากกลุ่มพิเศษ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากขึ้น โดยลำดับ กลุ่มผู้สูงอายุมีทั้งกลุ่มที่มีความสามารถในการจ่าย ภาคเอกชนต้องมีการปรับตัวสินค้าเพื่อรองรับ รวมทั้งกลุ่มรายได้น้อยที่ภาครัฐต้องวางแผนและกำหนดนโยบายที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อย

กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อตลาดที่อยู่อาศัยราคาแพงในปัจจุบัน คือ กลุ่มชาวต่างชาติที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยในประเทศไทย ส่งผลให้ราคาที่ดินและที่อยู่อาศัยในเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทยมีราคาสูงขึ้น จนเกินความสามารถในการจ่ายของคนไทย นอกจากนั้นยังมีกลุ่มแรงงานต่างชาติที่เข้ามาทำงานและอยู่อาศัยเป็นชุมชนก่อให้เกิดปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันข้อมูลด้านจำนวนการถือครองและการคาดการณ์ความต้องการที่อยู่อาศัยของชาวต่างชาติในประเทศไทยยังไม่แพร่หลาย และไม่เป็นระบบ จึงทำให้ไม่สามารถกำหนดนโยบายที่ชัดเจนได้

ข้อมูลประชากรและการเสวนาดังกล่าวข้างต้น มีข้อเสนอแนะประเด็นต่างๆ ดังนี้

ด้านนโยบายประชากร ประเทศไทยควรมี Thailand Population Policy เพื่อกำหนดนโยบายประชากรด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในอนาคต พร้อมทั้งมีมาตรการในการดำเนินการอย่างชัดเจน และมีการติดตามผลด้านการพัฒนาประชากรอย่างต่อเนื่อง

ด้านการพัฒนาฐานข้อมูลประชากรและที่อยู่อาศัย เนื่องจากข้อมูลด้านประชากรของประเทศไทยยังไม่เป็นระบบเดียว และยังมีความแตกต่างของการคาดการณ์อยู่มากจนมีนัยสำคัญต่อการวางแผน ดังนั้น หน่วยงานที่จัดเก็บข้อมูลที่สำคัญคือ กรมการปกครอง สำนักงานสถิติแห่งชาติ

และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันพัฒนาฐานข้อมูลประชากรที่ใช้ประโยชน์ในหลายมิติ โดยมีข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งในเชิงจำนวน พื้นที่ โครงสร้างทางอายุ ขนาดของครัวเรือน ตัวเลขคนพิการ โครงสร้างในเชิงรายได้ เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบกับการวางแผนด้านต่างๆ ที่กว้างขวางขึ้น

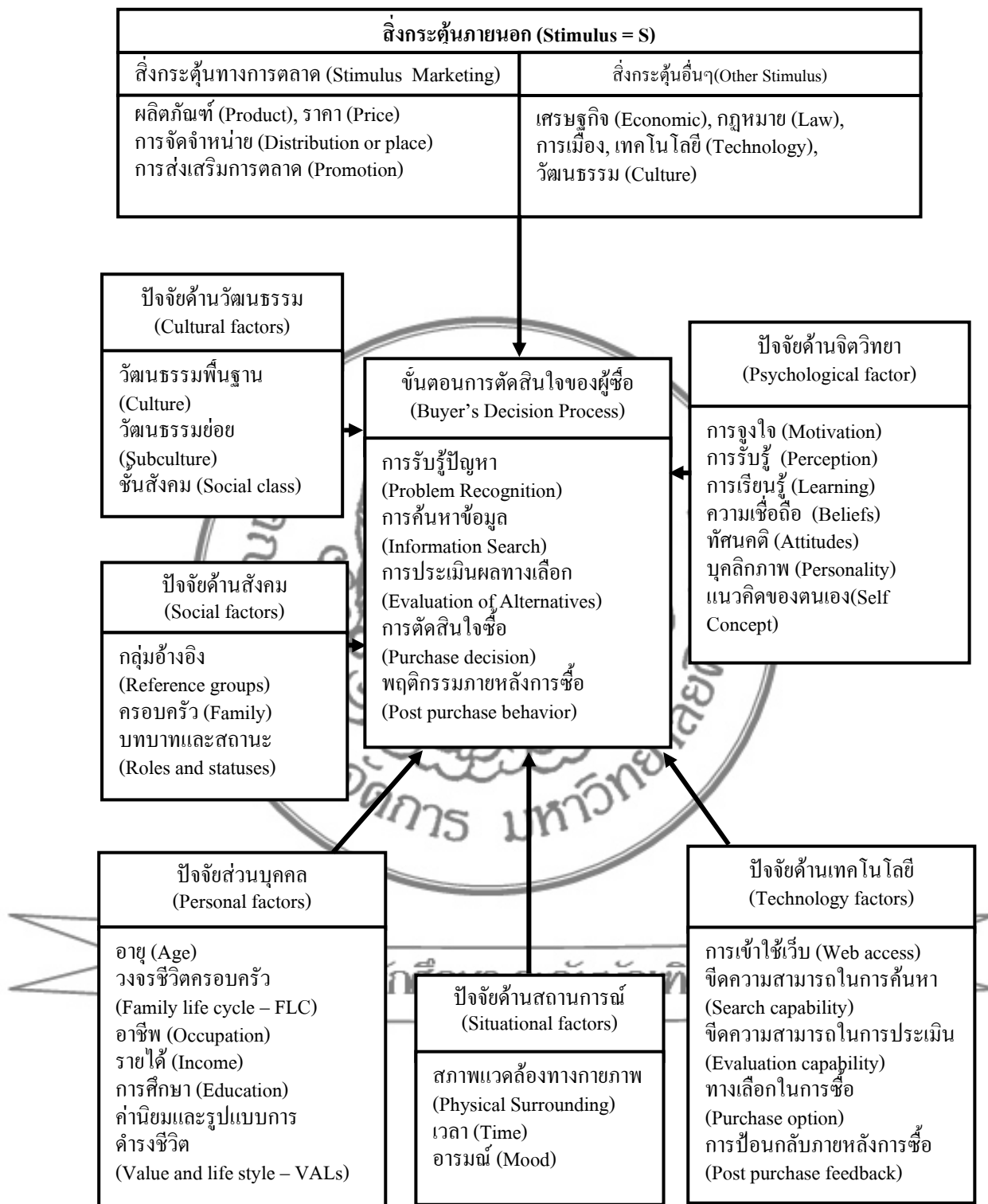
ด้านนโยบายที่อยู่อาศัยตามกลุ่มประชากร ในปัจจุบันประเทศไทยขาดการกำหนดนโยบายที่อยู่อาศัยในทุกระดับ ทั้งในระดับชาติ ระดับภาค ระดับเมือง และระดับชุมชน ในระดับเมืองนโยบายการกระจายอำนาจปี 2540 กำหนดให้ท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักในการจัดการด้านที่อยู่อาศัยในท้องถิ่น ท้องถิ่นจำเป็นต้องมีการวางแผนที่อยู่อาศัย แต่ในปัจจุบันหน่วยงานท้องถิ่นยังมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้น้อยมาก และยังขาดข้อมูลหลายด้านรวมทั้งด้านประชากร ครัวเรือน ซึ่งเป็นหัวใจของการจัดทำแผนพัฒนาที่อยู่อาศัย จึงควรมีการดำเนินการทั้งในส่วนการกำหนดนโยบายที่อยู่อาศัยในทุกระดับ และการจัดให้มีฐานข้อมูลด้านประชากรและอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการวางแผนด้านที่อยู่อาศัย

รัฐควรมีนโยบายที่อยู่อาศัยเฉพาะกลุ่มที่มีลักษณะพิเศษ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มชาวต่างชาติ กลุ่มแรงงานต่างด้าว กลุ่มคนพิการ เป็นต้น

2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นเกิดจากการเกิดสิ่งกระตุ้น ซึ่งสิ่งกระตุ้นจะเข้ามาในความนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ และนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ (คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง 2004: 544, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญจนาพันธ์ 2548: 86)

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค S-R Model เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ จากนั้นสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) แล้วจึงจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) และการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ดังแสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการตัดสินใจของผู้บริโภค (Simple Model Consumer Decision Making)

ที่มา: ปณิศา ลัญจนนท์, หลักการตลาด 2548 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บิสิเนสเวิร์ส, 2548), 87.

การบริโภคเป็นกิจกรรมสุดท้ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตอบสนองหรือบำบัดความต้องการให้กับหน่วย เศรษฐกิจต่างๆของระบบเศรษฐกิจ ทั้งครัวเรือน ธุรกิจ และรัฐบาล เนื่องจากทุกๆ หน่วยจำเป็นต้องได้รับสินค้าและบริการมาอุปโภคบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยกันทั้งสิ้น การบริโภคในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ รวมถึงการนำสินค้าและบริการมาใช้ประโยชน์เพื่อการผลิตเป็นสินค้าและบริการอื่นๆ การบริโภคไม่ได้หมายความถึงการรับประทานอาหารอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจแต่เพียงอย่างเดียว การใช้สินค้าอื่นๆ และการใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งก็คือการบริโภคด้วยเช่นกัน เช่น การไปพบแพทย์เมื่อยามเจ็บป่วย การพักโรงแรม การท่องเที่ยว การขนส่ง การประกันภัย

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค(Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ เพื่อให้ นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมโดยใช้คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ คำถาม 7 คำถาม (6W และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ (7 Qs) โดยมีรายละเอียดพอสรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 คำถาม (6W และ 1H) เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7 Qs)

คำถาม (6W และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Qs)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in target market)	เพื่อทราบถึงกลุ่มเป้าหมาย (Occupant) 1. ทางด้านประชากร 2. ทางด้านภูมิศาสตร์ 3. ทางด้านจิตวิทยาและวิเคราะห์ 4. ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What do the consumer buy)	เพื่อทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) หรือต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ 1. คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 2. ความแตกต่างจากคู่แข่ง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

คำถาม (6W และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Qs)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy)	เพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ(Objectives) ของผู้บริโภค หรือเพื่อตอบสนองความต้องการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participants in the buying?)	เพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ(Organization) ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ และผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	เพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อสินค้า(Occasions) เช่นตามเทศกาล วันสำคัญต่างๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ใด (Why does the market buy?)	เพื่อทราบถึงแหล่งหรือช่องทางที่ผู้บริโภคจะไปซื้อ(Outlets) เช่นห้างสรรพสินค้า ร้านตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the market buy?)	เพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้า(Operation) ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์, พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน 2546 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส, 2546), 22.

สรุปได้ว่าการกระทำทั้งหลายอันทำให้สินค้า หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งสิ้นเปลืองไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่มนุษย์ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมถือเป็นการบริโภคทั้งสิ้น การแบ่งประเภทของการบริโภคตามลักษณะของสินค้าสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) การบริโภคสินค้าไม่คงทน (Nondurable Goods Consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดใดชนิดหนึ่งแล้วสิ่งของชนิดนั้นจะสิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า Destruction เช่น การบริโภคน้ำ

อาหาร ยารักษาโรค น้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ 2) การบริโภคสินค้าคงทน (Durable Goods Consumption) คือการบริโภคสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งโดยสิ่งของนั้นยังคงใช้ได้ อีก การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า Diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ พัดลม โทรทัศน์ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสินค้าคงทนเหล่านี้จะใช้แล้วไม่หมดไปในทีเดียว แต่ก็ค่อย ๆ สึกหรือไป จนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้ อีก

จุดเริ่มต้นของภาพที่ 2 นี้ อยู่ที่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ทำให้เกิดการตอบสนอง โมเดลนี้เรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

2.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นจากภายในร่างกาย และภายนอกในร่างกาย ถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า อาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผล หรือด้านจิตวิทยา ดังนั้น สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

2.1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix (4Ps)) ประกอบด้วย

2.1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2.1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ หรือล่อใจกลุ่มเป้าหมาย

2.1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution or Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2.1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม และการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไป เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2.1.1.5 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้ที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมมิได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ ทางเทคโนโลยี ทางกฎหมาย ทางการเมือง และทางวัฒนธรรม

2.2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังนี้

2.2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสถานการณ์ และปัจจัยด้านเทคโนโลยี

2.2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) เป็นลำดับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

2.2.2.1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลระลึกถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่ และสิ่งที่เขาต้องการ (Kotler and Armstrong 2004 : 100, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญญานนท์ 2548 : 102) อาจเกิดขึ้นเองจากความต้องการภายใน หรือเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอกก็ได้ และมักจะได้รับอิทธิพลจากบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม สิ่งแวดล้อม และจากกลุ่มต่าง ๆ ของครอบครัวที่เข้ามาเกี่ยวข้อง บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต และจะทำให้เขารู้ว่า จะทำการตอบสนองสิ่งกระตุ้นนั้นอย่างไร

2.2.2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อบุคคลรับรู้ถึงความต้องการ เขาจะทำการค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจ การค้นหาอาจกระทำขึ้นโดยสัญชาตญาณ หรืออาจมีการใช้ความพยายาม และการวิเคราะห์ข้อมูล ถ้าหากมีข้อมูลที่เพียงพอก็สามารถนำมากำหนดทางเลือกที่ต้องการได้ แต่หากข้อมูลในความทรงจำไม่เพียงพอ ก็จำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอ

2.2.2.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจ โดยจะมีการกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อใช้ในการประเมินทางเลือกต่าง ๆ ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะมีการประเมินทางเลือก และจัดลำดับทางเลือกก่อนการตัดสินใจต่อไป

2.2.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือก จากนั้นผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด เป็นขั้นตอนที่สำคัญขั้นตอนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคซื้อด้วยความตั้งใจ และเกิดความพอใจในสินค้าที่ซื้อ การที่ผู้บริโภครู้สึกพอใจก่อนการซื้อ โดยมีการเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ซื้อ วิธีซื้อ และเวลาที่จะซื้อ ซึ่งข้อมูลจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าเป็นสำคัญ

2.2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ในขั้นนี้ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่าที่ได้รับจริงจากการบริโภค หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากความคาดหวัง ถ้าคุณค่าที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังผู้บริโภครู้สึกพอใจ แต่ถ้าคุณค่าที่ได้รับไม่ตรงกับ ความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์นั้น และอาจเกิดพฤติกรรมการซื้อในรูปแบบต่าง ๆ ขึ้น เช่น ขายผลิตภัณฑ์นั้นไป ไม่กลับไปซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีก

2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buy's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ การเลือกจากผลิตภัณฑ์ การเลือกจากตราสินค้า การเลือกจากผู้ขาย การเลือกจากเวลาในการซื้อ และการเลือกจากปริมาณในการซื้อ

2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ความคิด และทัศนคติ ที่เกิดจากการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ประกอบด้วย

2.4.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton 2004 : G-3, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชันานนท์ 2548 : 89)

2.4.1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นกลุ่มย่อยภายในวัฒนธรรมพื้นฐาน ซึ่งแสดงรูปแบบของพฤติกรรมที่ชัดเจนเพียงพอที่จะจำแนกออกจากกลุ่มอื่นภายในวัฒนธรรมเดียวกัน (Etzel, Walker and Stanton 2004 : G-12, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชันานนท์ 2548 : 89) ประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ อาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุและด้านเพศ

2.4.1.3 ชั้นสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกันโดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกที่อยู่ชนชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน (Schiffman and Kanuk 2004: G-10, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชันานนท์ 2548: 89) การแบ่งชั้นสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์การศึกษา รายได้ อาชีพ ตลอดจนคุณลักษณะที่อยู่อาศัย โดยแต่ละสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะอย่าง

2.4.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันที่มีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

2.4.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน ฯลฯ

2.4.2.2 ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกันทางสายเลือดหรือการรับอุปการะให้เข้ามาอยู่ร่วมกัน (Etzel, Walker and Stanton 2004: 102, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชันานนท์ 2548: 92) ถือเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติและค่านิยมของบุคคล

2.4.2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม โดยบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม โดยผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

2.4.3 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคล ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายใน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.4.3.1 แรงจูงใจ (Motivation) เป็นอิทธิพลหรือสภาพภายในที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล (Kerin, Hartley and Rudelius 2004: 105, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548: 92) ซึ่งแรงจูงใจในตัวบุคคลอาจจะถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก

2.4.3.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า เพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา (Kerin, Hartley and Rudelius 2004: 106, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548: 94)

2.4.3.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ (Etzel, Walker and Stanton 2004: G-7, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548: 95) หรือหมายถึง ขั้นตอนที่บุคคลนำความรู้และประสบการณ์ ไปประยุกต์ใช้ในพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อในอนาคต (Schiffman and Kanuk 2004: G-6, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548: 95)

2.4.3.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler and Armstrong 2004: G-1, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548: 96) ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.4.3.5 ทิศนคติ (Attitudes) เป็นแนวโน้มของการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ทิศนคติจะกำหนดจากค่านิยมและความเชื่อ (Kerin, Hartley and Rudelius 2004: 109, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548: 96)

2.4.3.6 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกัน บุคลิกภาพสามารถใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกตราสินค้าได้

2.4.3.7 แนวความคิดที่มีต่อตนเอง (Self Concept หรือ Self Image) เป็นความรู้สึกรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเอง หรือเป็นความคิดที่ว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนเองอย่างไร (Kerin, Hartley and Rudelius 2004: G13, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548: 98) ส่วนใหญ่ทรัพย์สินของบุคคลจะบ่งบอกถึงแนวความคิดที่มีต่อตนเอง โดยยึดหลักที่ว่า สิ่งที่เรามีอยู่บ่งบอกความเป็นตัวของเรา

2.5 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ ได้แก่

2.5.1 อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

2.5.2 วงจรชีวิต (Family Life Cycle) ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงินและความสนใจของแต่ละบุคคล

2.5.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น พนักงานบริษัทจะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ เกษตรกรหรือชาวนาจะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพและปัจจัยการผลิต เป็นต้น

2.5.4 รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ สถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทักษะเกี่ยวกับการจ่ายเงิน คนที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และราคาต่ำมาก ส่วนคนที่มีรายได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูง โดยเน้นที่ภาพพจน์ตราสินค้าเป็นหลัก

2.5.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาดูมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย จึงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

2.5.6 ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต (Value and Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ค่านิยมเป็นสิ่งของ เป็นบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง วิธีการดำรงชีวิตซึ่งบุคคลใช้เวลาและทรัพยากรเพื่อทำกิจกรรม โดยพิจารณาสิ่งที่สนใจและความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว

2.6 ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situation Factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เวลา และอารมณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.6.1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Surrounding) เป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า ดังนั้นผู้ค้าปลีกจึงพยายามให้ผู้บริโภคเกิดประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าอย่างมีความสุขและสะดวกสบาย เช่น การให้แสง สี เสียงบรรยากาศภายในร้านดนตรี และกลิ่น ผู้บริโภคจะต้องมีความรู้สึกสบาย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคใช้เวลามากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นด้วย

2.6.2 เวลา (Time) เป็นปัจจัยที่สำคัญในช่วงของการตัดสินใจซื้อ การค้นหาข้อมูล และการประเมินทางเลือกขึ้นอยู่กับเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ ถ้าผู้บริโภครีบร้อนเกินไปก็จะเกิดความกดดันเรื่องเวลา และอาจจะเลื่อนการซื้อออกไป

2.6.3 อารมณ์ (Mood) จากการวิจัยระบุว่า ผู้บริโภคจะเกิดอารมณ์ที่ดีกับการโฆษณา จึงทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า เนื่องจากการโฆษณาที่เคยเห็นมาก่อน (Hoffman and Other 2005 : 196, อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์ 2548 : 102)

2.7 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factors) เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การเข้าใช้เว็บไซต์ จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใช้เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อซื้อสินค้า หรือเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการทำให้อินเทอร์เน็ตง่ายต่อการเข้าไปใช้ก็จะเป็นโอกาสที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด นอกจากนี้ขีดความสามารถในการค้นหา ขีดความสามารถในการประเมิน ทางเลือกในการซื้อ และการป้องกันภัยหลังการซื้อ ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ส่วนประกอบที่สำคัญในแนวคิดทางการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรที่นักการตลาดสามารถควบคุมได้ และสามารถนำมาใช้เป็นตัวกระตุ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมาย (Kotler 1997, อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ 2549: 63) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) คุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

3.1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

3.1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า

3.1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

3.1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

3.1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

3.2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน เป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตามก็มี ได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสภาวะของการมีคู่แข่งหากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่สินค้าของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว

มุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และราคาถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าที่ได้รับจะสูงด้วย แต่ผลที่ตามมาคือ สินค้าต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำ ลูกค้ามักคิดว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพด้อยไปด้วย ซึ่งถ้าหากราคาสินค้าต่ำมาก ๆ ลูกค้าอาจจะไม่ซื้อสินค้าได้เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อคุณภาพของสินค้าที่จะได้รับ

3.3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง ทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช้แต่เฉพาะการเน้นทางด้านกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเข้าถึงสินค้าและบริการ (Zeithaml and Bitner 1996, อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ 2549: 70) หรืออาจกล่าวอีกในหนึ่งว่า โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด

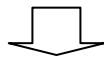
สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง เป็นต้น

3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า บริการ ความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเดือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งเครื่องมือ หรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

ขั้นที่ 1: การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)



ขั้นที่ 2: การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market Selection)



ขั้นที่ 3: กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)



ขั้นที่ 4: การพัฒนาส่วนผสมการตลาดสำหรับแต่ละตลาดเป้าหมาย

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนในการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาด

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์, พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน 2546 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส, 2546), 54.

3.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีค่าใช้จ่ายโดยมีผู้อุปถัมภ์รายการ รูปแบบการ

จ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาดที่เป็นรูปแบบที่มีได้อาศัยบุคคลในการนำเสนอ โดยการระบุถึงผู้สนับสนุนรายการ โฆษณา หรือสิ่งโฆษณาอื่น ๆ ดังนี้

การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation: PR) มีความหมายคือ การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ตราสินค้า หรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผ่านสื่อการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ (Public Relations : PR) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีกรวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

การตลาดทางตรง (Direct Marketing) คือการโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) และการตลาดเชื่อมตรง หรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Marketing) มีความหมายต่างกันคือ การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสาร โดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก

การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) เป็นข่าวสาร การโฆษณา ซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งอาจจะใช้จดหมายตรงหรือสื่ออื่น เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์

การตลาดเชื่อมทางตรง หรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Marketing) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อการสื่อสาร การส่งเสริม และการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งหวังกำไร และการค้า เครื่องมือที่สำคัญประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งมุ่งใจให้ลูกค้ากิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คู่มือแลกซื้อ

3.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีปฏิริยาต่อความคิดหรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขาย เพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

3.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วยงานขาย (Sale Forces) ผู้จัดจำหน่าย (Distributors) หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate

Consumer) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายในทันทีทันใด เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงาน ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือ

3.4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)

3.4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion)

3.4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales Forces Promotion)

4 ทฤษฎีการเงิน

4.1 ทฤษฎีในทฤษฎีของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก บุคคลต้องการถือเงินไว้เพื่อใช้ในการจับจ่ายใช้สอยเท่านั้น เงินจึงทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ดังสมการการแลกเปลี่ยน (The Equation of Exchange)

$$MV = PT$$

M คือ ปริมาณเงิน

V คือ ความเร็วของการหมุนเวียนของเงิน

P คือ ระดับราคาสินค้าและบริการ

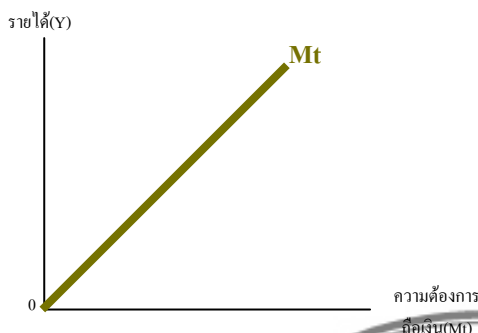
T คือ ปริมาณสินค้าและบริการ

4.2 ทฤษฎีการเงินในทฤษฎีของนักเศรษฐศาสตร์สำนักเคนส์ บุคคลต้องการถือเงินไว้เพื่อวัตถุประสงค์ 3 ประการ

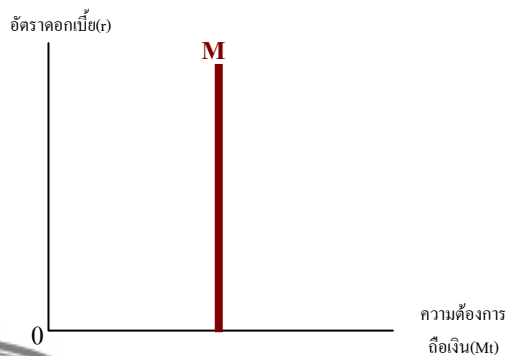
4.2.1 ความต้องการถือเงิน เพื่อจับจ่ายใช้สอย หรือ ใช้ในชีวิตประจำวัน (Transaction Demand of Money)

4.2.2 ความต้องการถือเงิน เพื่อใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน (Precautionary Demand of Money)

Mt กับ Y



Mt กับ r



ภาพที่ 4 ความต้องการถือเงิน เพื่อใช้ในวิถีประจำวันและใช้ในยามฉุกเฉิน : Mt

ที่มา: ฟอร์เซน ริชาร์ด ที, ทฤษฎีและนโยบายฉบับมาตรฐาน, แปลโดย จิราภรณ์ ชาวงษ์ (กรุงเทพมหานคร: เพ็ญสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2544)

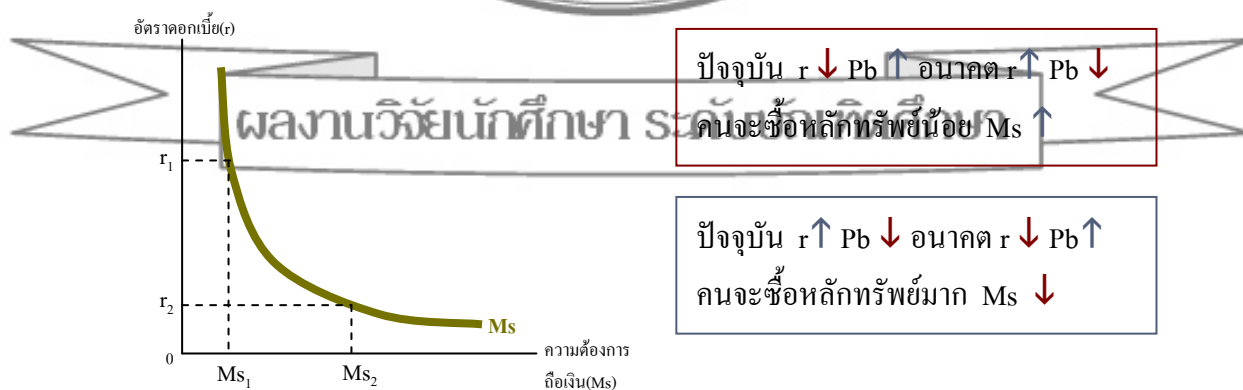
4.2.3 ความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร (Speculative Demand of Money)

4.2.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์ (Pb) กับ อัตราดอกเบี้ย (r)

ถ้าอัตราดอกเบี้ย (r) ต่ำ ราคาหลักทรัพย์ (Pb) จะสูงขึ้น ถ้าอัตราดอกเบี้ย (r) สูง ราคาหลักทรัพย์ (Pb) จะลดลง

4.2.3.2 ความสัมพันธ์อัตราดอกเบี้ย (r) กับ ความต้องการถือเงินเพื่อเก็ง

กำไร (Ms)



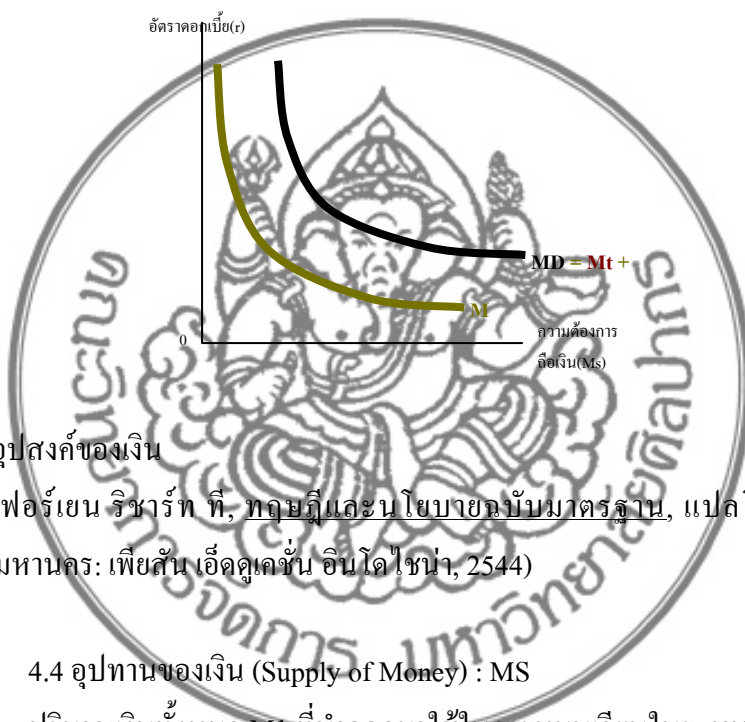
ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์อัตราดอกเบี้ย (r) กับความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร (Ms)

ที่มา: ฟอร์เซน ริชาร์ด ที, ทฤษฎีและนโยบายฉบับมาตรฐาน, แปลโดย จิราภรณ์ ชาวงษ์ (กรุงเทพมหานคร: เพ็ญสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2544)

4.3 อุปสงค์ของเงิน (Demand of Money : MD)

$$MD = M_t + M_s$$

ความต้องการถือเงินทั้งหมดขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ยในทิศทางตรงข้าม ถ้าอัตราดอกเบี้ยต่ำ ความต้องการถือเงินจะสูงขึ้น ถ้าอัตราดอกเบี้ยสูง ความต้องการถือเงินจะลดลง

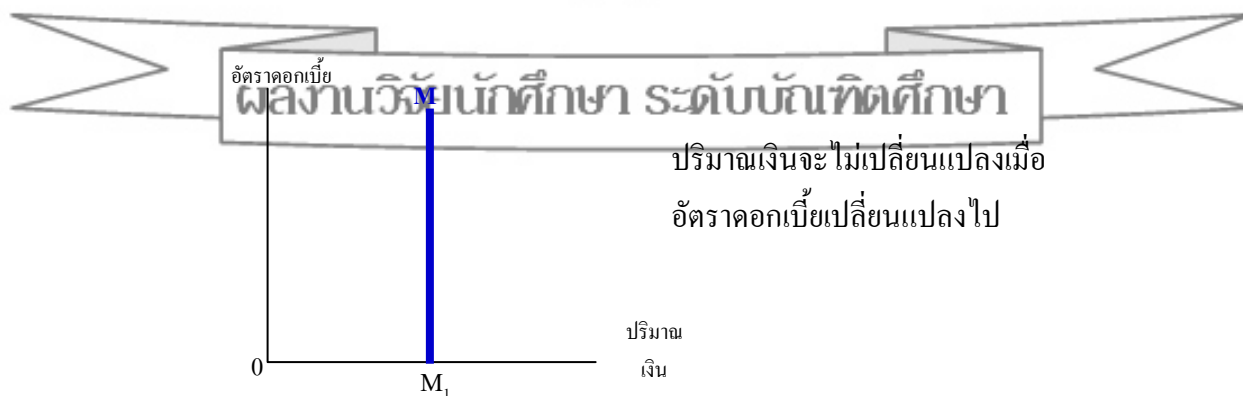


ภาพที่ 6 อุปสงค์ของเงิน

ที่มา: พอร์เชน ริชาร์ท ที, ทฤษฎีและนโยบายฉบับมาตรฐาน, แปลโดย จิราภรณ์ ช่างษ์ (กรุงเทพมหานคร: เพ็ญสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2544)

4.4 อุปทานของเงิน (Supply of Money) : MS

ปริมาณเงินทั้งหมด M_1 ที่นำออกมาใช้ในการหมุนเวียนในระบบ



ปริมาณเงินจะไม่เปลี่ยนแปลงเมื่ออัตราดอกเบี้ยเปลี่ยนแปลงไป

ภาพที่ 7 อุปทานของเงิน

ที่มา: พอร์เชน ริชาร์ท ที, ทฤษฎีและนโยบายฉบับมาตรฐาน, แปลโดย จิราภรณ์ ช่างษ์ (กรุงเทพมหานคร: เพ็ญสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2544)

กลไกการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาดที่อยู่อาศัยไทย

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า บริษัทที่ประสบความสำเร็จทางการตลาด คือการขายสินค้าได้มากหรือน้อย ปัจจัยสำคัญ คือ การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางการตลาด ไม่มีสูตรสำเร็จในการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูงแล้วบริษัทจะได้มีกำไรดีกว่า หรือเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ต่ำจะสามารถขายได้โดยไม่มีคู่แข่ง

การเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เป็นศิลปะที่เป็นการผสมผสานระหว่างข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม ประสานกับความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการทำงานในตลาด รวมไปถึงวิสัยทัศน์ในการประเมินอัตราการเจริญเติบโตทางการตลาดของแต่ละกลุ่มลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบกับศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการของแต่ละบริษัท

กลุ่มลูกค้าทางการตลาดของธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยมีการวางตำแหน่ง (Positioning) ทางการตลาดอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการหลาย ๆ รายในตลาด รวมถึงการจำแนกกลุ่มลูกค้าที่อยู่อาศัยจากหลายสถาบันในประเทศหลายแห่งและบริษัทเอเจนซีต่างชาติ ที่พยายามศึกษาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไทย แต่ไม่พบว่ามีการจัดกลุ่มลูกค้าอสังหาริมทรัพย์ไว้เป็นมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้อย่างกว้างขวางโดยทั่วไป

ปัจจุบันบางสถาบันที่เน้นงานวิจัยไปที่ลูกค้าที่มีรายได้สูง เช่น บริษัทเอเจนซีต่างชาติ ก็แบ่งกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงแยกย่อยเป็นหลาย Sub-Segment ต่าง ๆ ขณะที่ลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ที่มีกำลังซื้อน้อยกว่ามีส่วนแบ่งในตลาดมากกว่า กลับได้รับการจัดระดับรวมกันเป็นเพียง “ลูกค้าระดับล่าง” กลุ่มเดียว

ตลาดที่อยู่อาศัยในประเทศไทยควรจำแนกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามมาตรฐานรายได้ของคนไทยเป็นหลัก ประกอบกับสภาพตลาดที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน และความสามารถที่ของเงินสินเชื่อตลอดจนเงินที่จะผ่อนส่งสถาบันทางการเงินได้ในแต่ละเดือน ตัวเลขต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ นโยบายการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย และความเข้มงวดของการพิจารณาสินเชื่อในแต่ละช่วงเวลา

ลูกค้ากว่าร้อยละ 90 ในตลาดซื้ออสังหาริมทรัพย์โดยใช้เงินกู้จากการจำนองอสังหาริมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์ เป็นวิธีการทำไฟแนนซ์ที่ต้นทุนต่ำที่สุด และยังได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ ตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ดังนั้น กลุ่มลูกค้าควรถูกแบ่งแยกตามฐานรายได้ที่สามารถขอวงเงินสินเชื่อบ้านได้เป็นจำนวนที่แตกต่างกันตามกำลังในการผ่อนชำระ

ตารางที่ 5 ความสามารถในการซื้อบ้านของลูกค้าแต่ละกลุ่มรายได้

กลุ่มรายได้	รายได้/ ครอบครัว/ เดือน (บาท)	อัตราผ่อน ชำระ เดือน (บาท)	วงเงินกู้ (ล้านบาท)	ราคา/ ยูนิต (ล้านบาท)	ประเภทสินค้า ที่สามารถได้	โครงการ อสังหาฯ ที่ เปิดตัวในปี 2551
ต่ำ	<= 15,000	<= 6,000	<= 0.9	<= 1.0	C + T	13
กลาง-ต่ำ	15,000-30,000	6,000-12,000	0.9-1.8	1.0-2.0	C + T + D	33
กลาง	30,000-45,000	12,000-18,000	1.8-2.7	2.0-3.0	C+T+D+SD	23
กลาง-บน	45,000-60,000	18,000-24,000	2.7-3.6	3.0-4.0	C+T+D+SD	13
สูง	60,000-80,000	24,000-32,000	3.6-4.8	4.0-5.3	C+T+D+SD	8
สูงมาก	80,000-	32,000-48,000	4.8-7.3	5.3-8.0	C+T+D+SD	5
สูงที่สุด	>= 120,000	>= 48,000	>= 7.3	>= 8.0	C+T+D+SD	5

ที่มา: “การพัฒนาที่อยู่อาศัยในวิถีแห่งพุทธเศรษฐศาสตร์,” วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 57, 1 (เมษายน – มิถุนายน 2552): 61-62.

จากตารางที่ 15 อัตราการผ่อนชำระต่อเดือนประมาณ 33-40% ของรายได้ต่อเดือน อัตราการผ่อนชำระต่อเดือนประมาณ 7,000 บาท สำหรับวงเงินกู้ 1 ล้านบาท ระยะเวลา 30 ปี สัดส่วนการกู้ 90% ของราคา/หน่วย ประเภทที่อยู่อาศัย C – คอนโดมิเนียม D – บ้านแฝด T – ทาวน์เฮาส์ SD – บ้านเดี่ยว

การพิจารณาราคาบ้านลูกค้าบางกลุ่มที่มีรายได้ที่สามารถซื้อบ้านในระดับราคาสูง เช่น บ้านราคา 50-100 ล้านบาท แต่บ้านที่ขายในราคาดังกล่าวมีปริมาณน้อย แม้ว่าจะมีการโฆษณาต่าง ๆ แต่จากผลสำรวจของ Agency for Real Estate Affairs (AREA) พบว่าบ้านและคอนโดมิเนียมที่เปิดขายใหม่ภายในปี 2551 จำนวนรวม 39,335 ยูนิต มีเพียงร้อยละ 2.1 หรือ 1,443 ยูนิต ที่มีระดับราคาขายสูงกว่า 10 ล้านบาท นับเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับสินค้าในระดับราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท ระดับราคา 1-2 ล้านบาท และระดับราคา 2-3 ล้านบาท ที่มีสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 13.2 ร้อยละ 32.0 และร้อยละ 22.7 ในตลาดเดียวกัน

ปัจจัยด้านรายได้และราคาขายสามารถจำแนกกลุ่มลูกค้าทางการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้ (ดังตารางที่ 5) โดยกลุ่มลูกค้าระดับล่างสุดควรเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท/เดือน ตรงกับกลุ่มที่รัฐบาลให้ความช่วยเหลือทางการเงิน และเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่อการไม่ได้รับสินเชื่อบ้านจากการกำหนดรายได้ขั้นต่ำของธนาคารพาณิชย์ในการปล่อยกู้ ธนาคาร

พาณิชย์ส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์รายได้ขั้นต่ำคือ 15,000 บาท/เดือนขึ้นไป ที่มีความสามารถผ่อนชำระได้ไม่เกินเดือนละ 6,000 บาท ดังนั้น กลุ่มลูกค้าสามารถกู้สินเชื่อบ้านได้ที่วงเงินไม่เกินเก้าแสนบาท หรือซื้อบ้านได้ที่ราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท และเมื่อพิจารณาตามระดับราคา พบว่า อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมและทาวน์เฮาส์สองชั้นที่ลูกค้ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำสามารถซื้อเป็นเจ้าของได้จากสถานการณ์ด้านราคาในตลาดที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

จากตารางที่ 5 พบว่า ครอบครัวที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท/เดือน หรือเรียกว่าระดับกลาง-ล่าง มีทางเลือกซื้อบ้านแฝดในราคาไม่เกิน 2 ล้านบาท ส่วนครอบครัวที่มีรายได้ปานกลาง รายได้ตั้งแต่ 30,000 บาท/เดือนขึ้นไป มีโอกาสเลือกอยู่บ้านเดี่ยวได้

กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ สามารถสรุปตามรายได้ของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม รวมทั้งประเภทของสินค้าที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มจะเลือกซื้อและแบ่งจากระดับราคาของอสังหาริมทรัพย์เป็นตัวกำหนด ดังนั้น กลุ่มบ้านที่มีราคาสูงกว่า 8 ล้านบาท มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 5 ในช่วงปีที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้า มีการแยกย่อยกลุ่มลูกค้าให้เล็กลง และไม่ทราบว่าลูกค้าจะพบกับภาวะอุปทานในตลาด

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พนารัตน์ พรเศรษฐ์เมธากุล (2552) ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของลูกจ้างในเขตตำบลหนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกจ้างในเขตตำบลหนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี จำนวน 336 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ และมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธี LSD และค่าสถิติ Chi-Square และ ค่า Cramer's V ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. กลุ่มตัวอย่างหรือลูกจ้างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง 26-30 ปี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา หรือ ปวช. สถานภาพสมรส ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวนสมาชิกพัก 2 คน และส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมการเลือกเช่าที่พักอาศัยของลูกจ้างในเขตตำบลหนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี พบว่า ลูกจ้างส่วนใหญ่ ก่อนการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยไม่ได้สำรวจเปรียบเทียบที่พักมากที่สุด ประเภทที่พักอาศัยมากที่สุด คือ บ้านเช่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยมากที่สุดคือ ตัวเอง ราคาเช่าต่อเดือนที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันอยู่ที่ ต่ำกว่า 1,500 บาท ระยะเวลาที่เช่า ที่พักอาศัย มากกว่า 2 ปี สาเหตุสำคัญที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัยมากที่สุด คือ ที่พักอาศัยไม่สะอาดและทรุดโทรม ประเภทการชำระค่า

น้ำและค่าไฟฟ้า คือ แบบติดมิเตอร์แยก 2. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของลูกจ้างในเขตตำบลหนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะห้องเช่า ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น 3. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกจ้าง แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกเช่าที่พักอาศัย แตกต่างกัน ยกเว้น ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้าน เพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกจ้างแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกเช่าที่พักอาศัยไม่แตกต่างกัน 4. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกจ้างแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ระดับการศึกษา ภูมิลำเนาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยแตกต่างกัน 5. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านลักษณะห้องเช่า ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเช่าที่พักอาศัยของลูกจ้าง ด้านการสำรวจเปรียบเทียบที่พักอาศัย ประเภทที่พักอาศัย ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ราคาเช่าต่อเดือนของที่พักอาศัยในปัจจุบัน ระยะเวลาในการเข้าพักอาศัย สาเหตุสำคัญที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัย และการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ

ชัชยุทธ จูมตะกุล (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกเช่าที่พักอาศัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยรังสิต อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยรังสิต อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการและมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด ต่อ 1 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยและทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ Chi-Square และ ค่า Cramer's V ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-25 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จะศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ และคณะอื่นๆ เช่น คณะวิทยาศาสตร์ และคณะเทคนิคการแพทย์ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครองจำนวน 10,001-15,000 บาท และส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกเช่าที่พักอาศัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยรังสิต อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เช่าหอพัก/ห้องเช่า ซึ่งส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยด้วยตนเอง โดยพักอาศัยเป็นระยะเวลา 1-2 ปี ราคาเช่าต่อเดือนมากกว่า 2,501 บาท สาเหตุจากการย้ายที่พักอาศัยเพราะที่พักอาศัยไม่สะอาดและทรุดโทรม และปัญหาที่พบจากการเช่าที่พักอาศัยส่วนใหญ่คือถูกรบกวนจากห้องอื่น และระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกเช่าที่พักอาศัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัย

รังสิต อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกเช่าที่พักอาศัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยรังสิต อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการเลือกเช่าที่พักอาศัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านเพศ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

กนรินทร์ นพสันเทียะ (2536) การศึกษาธุรกิจที่อยู่อาศัย และแนวโน้มอุปสงค์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2539 สาเหตุที่ทำการศึกษาใน ครั้งนี้เพราะเนื่องจากเกิดปัญหาด้านที่อยู่อาศัยใน กรุงเทพมหานคร รวมไปถึงจังหวัดปริมณฑลด้วยเหตุที่มีปัญหาที่เนื่องจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากร ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และราคาที่อยู่อาศัยก็ เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากด้วยเช่นกัน ทำให้มีปัญหาดัง ๆ ตามมาอย่างมากมาย ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัย ปัญหาความแออัด ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเสื่อมโทรมทางด้าน คุณภาพชีวิตของประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม เป็นอุปสรรคต่อการจะพัฒนาประเทศต่อไปด้วย วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ การจะศึกษา ถึงธุรกิจที่อยู่อาศัยและการพัฒนาที่อยู่อาศัยตามแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 - 2539) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และการศึกษาแนวโน้ม อุปสงค์ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2539 เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการที่อยู่อาศัยโดยรวมของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งก็จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและพัฒนาที่อยู่อาศัย สำหรับภาครัฐบาลและเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานธุรกิจ เอกชน ทำให้สามารถลงทุนทำธุรกิจที่อยู่อาศัยได้ถูกต้อง มากขึ้น รวมทั้งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจจะศึกษา ต่อไป สำหรับวิธีการศึกษาได้อาศัยข้อมูลทุติยภูมิในระหว่าง ปี พ.ศ. 2519 - 2533 โดยรวบรวมได้จาก กองทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย แผนกเลือกตั้งและสถิติ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร กองวิชาการ วิชาการแห่งประเทศไทย กองบัญชีประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ การเคหะแห่งชาติ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และฝ่ายสินเชื่อบุคคล ธนาคาร กสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ฯลฯ ทำการ

วิเคราะห์หาความต้องการ ที่อยู่อาศัยเบื้องต้น โดยประมาณจากจำนวนประชากรและการ วิเคราะห์ ข้อมูลใช้วิธีทางสถิติเชิงปริมาณด้วยการสร้าง สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นที่เหมาะสมด้วยวิธีกำลัง สอง น้อยที่สุด วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป TSP (Time Series Processor) เพื่อศึกษาหาว่าปัจจัย ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑลว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร ตลอดจนการหาแนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยของประชาชนใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และประการสุดท้ายการศึกษา ถึงความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่ อาศัยด้วยว่ามีลักษณะ เป็นอย่างไรบ้าง หลังจากทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วปรากฏว่าความ ต้องการ ที่อยู่อาศัยเบื้องต้นที่ได้จากการประมาณด้วยจำนวน ประชากร ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ในช่วงปี พ.ศ.2534 - 2539 เฉลี่ยปีละ 111,355 หน่วย สำหรับ ความสัมพันธ์ระหว่าง อุปสงค์ที่อยู่อาศัยกับปัจจัยที่ศึกษา พบว่ามีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลต่อปี โดย เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนกับปัจจัยเรื่อง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยนั้นมีความ สัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับแนวโน้มอุปสงค์ ที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ประมาณด้วยสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2539 พบว่า มีค่าเฉลี่ยปีละ 109,756 หน่วย ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คือ จากผลการ ศึกษาแนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล จะได้ตัวเลขความต้องการที่อยู่ อาศัยเบื้องต้นที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีนั้น รวมทั้งตัวเลขอุปสงค์ที่พยากรณ์ด้วย สมการ สามารถนำ ตัวเลขหรือข้อมูลไปใช้ในการวางแผน ด้านที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับความต้องการของประชาชน ตลอดจนการวางแผนทางด้านผังเมือง ด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกัน ปัญหาต่าง ๆ ที่ เกิดขึ้นและที่สำคัญคือ ปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัย และปัญหาความแออัดของ เมือง และสิ่งที่รัฐบาลควรให้ความสำคัญคือ การจัดสร้างที่อยู่อาศัยให้สามารถตอบสนองความ ต้องการของประชาชนโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยให้มากที่สุด ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนที่มีที่อยู่ อาศัยเป็นหลัก แหล่ง สามารถช่วยลดการเกิดปัญหาต่าง ๆ อีกทางหนึ่งได้เช่นกัน

วนิดา หอมขจร (2537) การวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับ บ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดในเขต กรุงเทพมหานคร สาเหตุ ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากเกิดปัญหาด้านที่อยู่ อาศัยใน กรุงเทพมหานคร เพราะมีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ของประชากรในกรุงเทพมหานคร และราคาที่อยู่ อาศัยก็ เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทำให้ปัญหาต่าง ๆ ตามมาอย่างมากมาย ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนที่ อยู่อาศัยปัญหาความแออัด ซึ่ง ส่งผลต่อความเสื่อมโทรมทางด้านคุณภาพชีวิตของประชาชน และ เศรษฐกิจของประเทศโดยรวม เป็นอุปสรรคต่อการ จะพัฒนาประเทศต่อไปด้วย หลังจากทำ การวิเคราะห์ข้อมูลจากสมการถดถอย พหุคูณเชิงเส้น ได้ทราบว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความ ต้องการ บ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร เกิดจาก รายได้ของประชากรในเขต

กรุงเทพมหานคร และ อัตราราคาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีผลทำให้ความต้องการของประชากรเปลี่ยนแปลงไปตามสมมุติฐาน คือเมื่อ รายได้ของประชากรเปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการ บ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดเปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ในทางตรงกันข้าม เมื่อรายได้ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเปลี่ยนแปลงลดลง ความต้องการบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดเปลี่ยนแปลงลดลงตามไปด้วย ส่วนเรื่องอัตราราคาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษา ก็เป็นไปตามสมมุติฐานที่ว่า เมื่ออัตราราคาเปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้นความต้องการบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุด ในเขตกรุงเทพมหานครลดลง ในทางตรงกันข้ามเมื่ออัตราราคาของธนาคารอาคารชุดเปลี่ยนแปลงลดลงตามไปด้วย ส่วนเรื่องอัตราราคาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษา ก็เป็นไปตามสมมุติฐานที่ว่า เมื่ออัตราราคาเปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้นความต้องการบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุด ในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น การทดสอบโดยใช้แบบสอบถามของผู้อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง เข้ามาอาศัยอยู่โดยการซื้อบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุด รองลงมาคือการเช่า และมีเพียงเล็กน้อยที่ใช้วิธีการเช่าซื้อ ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุด มีวัตถุประสงค์เพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราวเพื่อใช้ ติดต่อธุรกิจประจำวันมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างรู้จักบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดครั้งแรกจากข่าวคราวในหนังสือพิมพ์หรือ โทรทัศน์จากเพื่อนฝูง และจากที่เคยอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ส่วนเหตุผลที่เข้ามาอาศัยอยู่เป็นเพราะเห็นว่าสะดวกกับ การติดต่อธุรกิจประจำวัน ส่วนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจำเป็นได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัย โทรศัพท ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า และเครื่องป้องกันอัคคีภัย ส่วนเรื่องทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยแบบ อาคารชุดต้องการมากที่สุดคือ แถวเขตดอนเมือง รองลงมา เป็นถนนวิภาวดี และถนนรัชดาภิเษก เป็นแหล่งที่มีการคมนาคมสะดวก ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งนี้อยู่ที่ จากผล การศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร จะได้ตัวเลขความต้องการบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุดเกิดจากรายได้ และอัตราราคาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่ง ต้องการการส่งเสริมจากรัฐบาลโดยการเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ ให้สูงขึ้นเพื่อตอบสนองผู้ที่มีรายได้น้อยได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองเป็นหลักแหล่ง และควรมีมาตรการลด อัตราราคาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้ต่ำลงเพื่อให้ผู้มี รายได้น้อยได้ซื้อที่อยู่อาศัยในอัตราราคาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ และสามารถ ผ่อนชำระได้ในระยะเวลาที่ยาวนาน ทั้งนี้ยังสามารถช่วยลด การเกิดปัญหาต่างๆ เช่น ชุมชนแออัด อาชญากรรม ฯลฯ ได้อีกทางหนึ่งได้เช่นกัน และที่สำคัญการศึกษาในครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาการ แยกจำนวนประชากรให้ออกว่ามีกี่ครัวเรือนเพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริง

นนทชัย หาญทวีวงศ์ (2536) ภายหลังจากที่ได้มีการประกาศพระราชบัญญัติอาคาร พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา ธุรกิจคอนโดมิเนียมแบบพักอาศัย ก็ได้รับความสนใจจากนักลงทุนเป็นอย่างมาก และในปัจจุบัน ธุรกิจคอนโดมิเนียมได้กลายเป็นรูปแบบที่อยู่อาศัยที่จำเป็น สำหรับเมืองขนาดใหญ่อย่างกรุงเทพฯ แต่กรุงเทพฯ ในปัจจุบันก็ประสบกับปัญหาประชากรแออัด ราคาที่ดินและ สิ่ง

ปลูกสร้างสำหรับพักอาศัยมีราคาสูงมาก ตลอดจนปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งอยู่ในขั้นวิกฤตและเป็นปัญหาใหญ่ สำหรับการเดินทางของคนกรุงเทพฯ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 มีนโยบายที่จะลดการเจริญเติบโตของกรุงเทพฯ โดยกระจายการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ และมุ่งให้เมืองในเขตปริมณฑล 5 จังหวัด คือ ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม เป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวจากกรุงเทพฯ รวมทั้งทำหน้าที่สกัดกั้นประชากรที่จะมุ่งเข้าสู่กรุงเทพฯ วิทยานิพนธ์นี้มุ่งศึกษา วัตถุประสงค์ลักษณะสภาพความต้องการ และจำนวนคอนโดมิเนียม ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต 2 ปีข้างหน้า ตลอดจนศึกษาถึง แนวทางที่ใช้ในการจัดการและปรับปรุงในสิ่งที่ควรกระทำ สำหรับผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการประเภทนี้ วิธีการศึกษาค้นคว้า ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการ สถาบันการเงิน และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับคอนโดมิเนียมแบบพักอาศัย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ จำนวน 30 คน และศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้สนใจที่จะซื้อคอนโดมิเนียมและกลุ่ม ผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียมในปัจจุบัน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจำนวนกลุ่มละ 200 คน และยังได้ศึกษาข้อมูลโดยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจประเภทนี้ ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ประกอบการ โครงการมีความเห็นว่า ตลาด คอนโดมิเนียมแบบพักอาศัยในเขตปริมณฑลจะเป็นรูปแบบที่ อยู่อาศัยที่ได้รับการยอมรับในอนาคต เพราะจะมีกลุ่มคน ที่ต้องพักอาศัยเพื่อสะดวกในการดำเนินธุรกิจประจำวัน และ การลงทุนในโครงการประเภทนี้ก็ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า 2. กลุ่มบุคคลของสถาบันการเงินเห็นว่า คอนโดมิเนียมจะมีรูปแบบที่พักอาศัยที่ได้รับความนิยมต่อไปในอนาคต แต่ทางกลุ่มสถาบันการเงินยังไม่มั่นใจนักกับ โครงการคอนโดมิเนียมราคาต่ำ เพราะมองว่ามีความเสี่ยง สูงในตัวผู้ประกอบการและลูกค้ารายย่อยของโครงการ แต่เชื่อว่า โครงการระดับราคากลางจะได้รับสินเชื่อจาก สถาบันการเงินมากขึ้น 3. ผู้เชี่ยวชาญด้านคอนโดมิเนียมแบบพักอาศัยมีความ เห็นว่าคอนโดมิเนียมแบบพักอาศัยเป็นสิ่งที่น่าจะพิจารณา เป็นอันดับแรกในเรื่องของที่พักอาศัยในอนาคต และคิดว่า คอนโดมิเนียมแบบพักอาศัยในเขตปริมณฑล ในปัจจุบันควรจะ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีกว่านี้ 4. กลุ่มผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียมในปัจจุบัน อาศัยในคอนโดมิเนียมเพื่อใช้ประกอบธุรกิจประจำวัน และ ส่วนใหญ่พอใจกับการอาศัยในที่อยู่ปัจจุบัน แต่ส่วนใหญ่ มีความคิดที่จะปลูกบ้านอยู่เองมากที่สุดในอนาคต ส่วน ผู้ที่จะพักอาศัยในคอนโดมิเนียมในอนาคตมีจำนวนไม่มากนัก 5. กลุ่มผู้สนใจที่จะซื้อคอนโดมิเนียมโดยส่วนใหญ่ คิดที่จะปลูกบ้านเองเป็นที่พักอาศัยในอนาคต มีผู้สนใจที่ จะซื้อจำนวนไม่มากนักที่คิดจะพักอาศัยในคอนโดมิเนียมในอนาคต

ศุภกิจ ตรีชวนพงศ์ (2539) เป็นการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านถนนสาทร ศึกษาเกี่ยวกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ วิถีชีวิตการเดินทาง และศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยใน

ปัจจุบันรวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่ทำงานในอาคารสำนักงานที่ตั้งอยู่ย่านถนนสาทร จำนวน 320 ตัวอย่าง โดยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ(Accidental) ตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอาคาร(Quota) ผลของการศึกษาพบว่า คนทำงานในย่านถนนสาทรส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 26-30 ปี มีสถานภาพสมรส เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งหน้าที่การงานเป็นพนักงานทั่วไป มีรายได้ครอบครัวระหว่าง 20,000 – 40,000 บาทต่อเดือน มีบัตรเครดิต โทรศัพท์มือถือ และรถยนต์ใช้เป็นส่วนใหญ่ นิยมพักผ่อนอยู่กับบ้านโดยการดูโทรทัศน์ กีฬาที่เล่นเป็นประจำคือ การวิ่งออกกำลังกาย การเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 30-60 นาที และต้องทนต่อการจราจรติดขัดในการเดินทางไปทำงานความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานในย่านถนนสาทรส่วนใหญ่ต้องการบ้านเดี่ยว เนื่องจากสามารถเป็นเจ้าของที่ดินได้ ระดับราคาที่สามารถผ่อนชำระได้คือ 750,000-1,500,000 บาท การเลือกทำเลที่ตั้งมักไม่คำนึงถึงระยะทางในการเดินทาง แต่ขึ้นอยู่กับระดับราคามากกว่า ยังที่รูปแบบบ้าน ความปลอดภัย และอยู่ใกล้สถานพยาบาล

ท. สุชาดา สุนทรขณกุล (2550) ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของอาคารที่อยู่อาศัยรวมให้เช่า โดยจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้เช่าและอาคารอยู่อาศัยรวมบนถนนอ่อนนุช ระดับราคาค่าเช่า 3,000-6,000 บาท จากการศึกษาพบว่าผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25/35 ปีศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนบริเวณ สุขุมวิท สีลม และสาทร รายได้โดยเฉลี่ย 10,000-15,000 บาท สรุปได้ว่า ผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า บริเวณอ่อนนุชเป็นคนรุ่นใหม่ ทำงานย่านธุรกิจในเมืองมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่ทันสมัย โดยยินดีที่จะจ่ายเมื่อใช้บริการ หรือจัดหาเอง การประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2539 ที่กำหนดให้ อาคารอยู่รวมให้เช่าที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไปต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมผ่านก่อน เพื่อยื่นขออนุญาตก่อสร้างอาคาร มีผลทำให้อาคารที่ก่อสร้างและเปิดดำเนินการหลัง พ.ศ. 2539 มีจำนวนห้องพักไม่ถึง 80 ห้อง และมีสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างไปจากเดิม

ปภากร สุวรรณธาดา (2537) ศึกษาความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพความเป็นอยู่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้วิธีการสำรวจ และรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น จำแนกตามชั้นปี เพศ และกลุ่มสาขาวิชา ผลการวิจัยคือ นักศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยในหอพักของมหาวิทยาลัย โดยบางส่วนอาศัยอยู่โดยไม่ได้รับสิทธิ์ รองลงไปพักอาศัยที่พักอาศัยให้เช่าของเอกชนซึ่งมีราคาสูงกว่าหอพักของมหาวิทยาลัยมาก ซึ่งปัญหาของนักศึกษาที่พักอาศัยในหอพักของมหาวิทยาลัย คือ 1.ความปลอดภัยในทรัพย์สิน 2.เสียงรบกวน 3.ห้องน้ำห้องส้วม สำหรับ

ความต้องการของนักศึกษาคือ 1. สร้างหอพักให้เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา 2. ลดความแออัดของห้องพักโดยจัดให้นักศึกษาเข้าอยู่ตามความเหมาะสมกับขนาด และอุปกรณ์ในห้องพัก 3. เพิ่มการดูแลความปลอดภัยของนักศึกษารวมทั้งทรัพย์สินของนักศึกษาด้วย

Michael (2005) ได้ศึกษาเกี่ยวกับใครคือผู้ซื้อคอนโดมิเนียมในเมือง วิทยานิพนธ์ฉบับนี้พูดถึงแนวโน้มทั่วไปของการวิเคราะห์คอนโดมิเนียมในเมือง และการขยายตัวในสภาพรวมที่เหมาะสมสำหรับที่อยู่อาศัยในเมืองใหม่ การขายบ้าน การเรียกร้องของผู้มีส่วนร่วมในตลาดอื่น ๆ อย่างไรก็ตามสำมะโนประชากร 2000 ค้นหา 3% ของบ้านเช่า เหมือนเป็นบ้านที่ไว้ไปเพื่อพักผ่อนตามฤดูกาล การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลประวัติศาสตร์ใน 4 เมืองตอนใต้ คือ แอทแลนติก บอสตัน ชิคาโก และแซนดีเอโก ที่ใช้ในการตัดสินใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละเมือง ข้อมูลของผู้ประเมินและการสำรวจและการให้สัมภาษณ์ในแต่ละเมือง โครงร่างของผู้ซื้อที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังที่ 2 และนักลงทุนในสำมะโนประชากร 2000 การสำรวจ 7849 หน่วย แสดงถึงการครอบครองหลังแรก 66% หลังที่สอง 22% นักลงทุนไม่มีความคิดที่จะเช่าบ้านและนักลงทุนอื่น ๆ 22% ถึงแม้ว่าแอทแลนติกต่ำตลาดผู้ซื้อน้อยกว่า และแซนดีเอโกมีผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านต่ำสุด แต่มีการหมุนเงินมากที่สุด

Teemu (2008) การศึกษาการส่งผลกระทบต่อคุณสมบัติ อยู่บนหน่วยควบคุมการเช่า และ บ้านเช่า การอนุญาตยินยอมให้ วิทยานิพนธ์นี้ประกอบด้วยของบทนำที่การวิเคราะห์เศรษฐกิจของ ตลาดบ้านเช่า(บท 1)และ3 ศึกษาในแต่ละการวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน นโยบายบ้านเช่า เครื่องมือ การดูแลการส่งผลกระทบต่อขั้นตอนสุดท้ายของการก่อสร้าง คุณสมบัติของระบบภาษี การมองถึงการส่งผลกระทบต่อภาษี ไม่ทำให้เกิดความเจริญของเมืองที่อัตราสูงกว่าพัฒนาเมืองตามเหตุผลการวิเคราะห์แสดงภาษีเมืองการพัฒนาก่อนนั้น จะนำการพัฒนาเร็วกว่าแต่ด้านส่งผลกระทบต่อความแน่นอนการพัฒนาอาจจะได้รับผลด้วย ขึ้นอยู่กับ หลัก ผลลัพธ์ ภาษีเมือง การพัฒนาก่อนสูงกว่าเพิ่มกรอบครัวเดียว บ้านเช่าเริ่มต้นแต่ไม่มีผลต่อความแน่นอนการพัฒนาที่ได้ ไตร่ตรองแล้วโคบรอบคอบ เริ่มต้นหน่วย บท 3 วิเคราะห์ราคา และผลประโยชน์หน่วยควบคุมการเช่าผู้เช่า การมองถึงเรื่องวัดความเสียหายสวัสดิการของบ้านเช่า อยู่ได้เช่าหน่วยควบคุม หลัก ผลลัพธ์ชักชวนราคานั้น การเพิ่ม ที่อยู่ และบ้านหลักที่สอง อยู่ภายใต้หน่วยควบคุมการเช่า การวัดจากเส้นระดับมีผลประโยชน์มาก ผู้เช่า เช่าต่ำ บท 4 ตรวจสอบดูสิ่งเร้าใจส่งผลกระทบต่อของขั้นตอนสุดท้ายของการเช่า ระบบจัดให้ ตามเหตุผล การวิเคราะห์แสดงระบบระบบนั้นการสร้างสิ่งเร้าใจที่จะเคลื่อนย้ายที่อยู่กับความที่แน่ใจ เนื้อที่-ระดับ รวมเข้าด้วยกัน ตามเหตุผลการวิเคราะห์ชักชวนว่า บ้านหลังที่สอง เหมาะสมสำหรับ บ้านเช่าการอนุญาตให้ไม่ได้ตอบที่สิ่งเร้าใจ

Jim (2006) บริษัทและการเช่า การศึกษาการใส่ใจสุขภาพ ความปลอดภัยทางสังคม และบ้านเช่า คือ 4 หลักของสวัสดิการของรัฐ คือผลิตภัณฑ์ทางการตลาด นักวิจัยจำเป็นต้องนึกถึง เพราะว่าบ้านเช่าไม่อยู่ในส่วนของรัฐ และตลาด แต่อยู่ในส่วนหนึ่งของสวัสดิการอื่น ๆ ของรัฐ สำหรับตลาดบ้านเช่าทำให้มีการสะท้อนถึงความสมดุลระหว่างกลุ่ม ความสนใจที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจน ในการเปรียบเทียบกับส่วนหนึ่งของสวัสดิการ

Lu (2006) วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ค้นหาการทำให้และผลลัพธ์ของการแปลงโรงแรมเข้าไปใน คอนโด ในโรงแรม ไวกิกิ ฮาวาย การผ่านการพิจารณาของท้องถิ่นและหลักทรัพย์ที่ดิน คอนโด โรงแรมส่งผลจากการแปลงอุปราคากรณ์ในโรงแรม คอนโดมีแนวโน้มไม่ถี่ปีบังคับเกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่ดิน ได้ถือความคิดของ คอนโด โรงแรมที่ ฟ็อกฟอร์ด ของของมหาชน สำหรับผู้พัฒนา แบบการแปลงโรงแรมให้มีประโยชน์และได้พิสูจน์ว่ามองถึงสะพานระหว่างผู้ให้ยืมความเสี่ยงและผู้พัฒนาการหาโครงการ ผู้พัฒนาและผู้ซื้อคอนโดมิเนียมเหมือนกันการบริการค่าและการคำนวณ โรงแรมการดีราคา คุณสมบัติ ใน ไวกิกิ ฮาวาย คอนโดโรงแรม ส่วนสี่สำหรับการปรับปรุงใหม่ ของความเก่าแก่ของโรงแรม ผลิตภัณฑ์ได้พิสูจน์ ยังการแปลงขายส่งของความเก่าแก่ของโรงแรม ผลิตภัณฑ์สำหรับ ไวกิกิ หรือชมรมคล้ายคลึง ขณะที่ คอนโด โรงแรมสามารถเปลี่ยนใหม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมันมีความเป็นไปได้ที่จะให้ความต่างการเปลี่ยนและเข้าแทนที่สังคมไม่เหมือนการแปลงห้องเช่าที่มากเกินไปการขัดแย้ง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัย กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการศึกษาข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสำรวจใช้การออกแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความจากหนังสือต่าง ๆ และทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษามีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ การสำรวจในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยขั้นตอนและวิธีการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนผู้พักอาศัยในที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีจำนวน 9,580 คน (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนครปฐม 2552)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณวิธีของ ยามาเน (ทาโร ยามาเน 1973: 887, อ้างถึงใน ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551: 19) จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

เมื่อ n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทนขนาดของประชากร
 e แทนความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าได้ $n = \frac{9,580}{1 + 9,580(0.05^2)}$

$$n = 384$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 384 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาจากแบบสอบถามความต้องการที่อาศัยของลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และแบบสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยของบริษัทพร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น สถานภาพทางครอบครัว อายุ รายได้ของครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ การศึกษา เป็นต้น

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักอาศัย เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่พังกอาศัยประเภทให้เช่า ครอบคลุมถึงสาเหตุจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการเช่า

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวกับการเลือกที่พังกอาศัยประเภทให้เช่าเป็นคำถามแบบ Rating Scale (ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551: 20) มาตรฐานที่ใช้เลือกคำตอบมี 5 ระดับความสำคัญคือ

คะแนน 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง สำคัญมาก

คะแนน 3 หมายถึง สำคัญปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง สำคัญน้อย

คะแนน 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ขั้นที่ 1 สร้างแบบสอบถามโดยศึกษาจากเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง มีกระบวนการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพ โดยสร้างคำถามตามกรอบประเด็นที่กำหนด และตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วทำการ ตรวจสอบความสอดคล้อง (Consistency) และประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้วิธีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IC) ตลอดจนตรวจสอบความเหมาะสมของภาษา (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 57-68) ผลการคำนวณค่า IC พบว่ามีค่าระหว่าง 0.70-1.00 โดยไม่มีข้อคำถามใดที่มีค่า IC ต่ำกว่า 0.50 จากนั้นจึงทำการปรับปรุง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาถึงความต้องการที่พกอาศัยประเภทให้เข้าในครั้งนี การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถที่จะตอบคำถาม และแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย แนวคำถามจะเกี่ยวข้องกับเหตุผล และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการที่พกอาศัยประเภทให้เข้าของประชาชนผู้เข้าที่พกอาศัยประเภทให้เข้า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ และบทความต่าง ๆ เพื่อทบทวนศึกษาวิจัยในประเด็นนี้ การทบทวนทำให้ทฤษฎี กรอบแนวคิด และเค้าโครงในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่ง แล้วดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

6.1 นำแบบสอบถามที่คัดเลือกทั้งหมดลงหมายเลขประจำฉบับ โดยเรียงลำดับจาก 001 – 384

6.2 จัดทำคู่มือลงรหัส (Code Book)

6.3 นำข้อมูลทั้งหมดมาลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

6.4 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยในทางสังคมศาสตร์ (SPSS: Statistical Package for the Social Science) ช่วยในการประมวลผลข้อมูลโดยระเบียบวิธี สถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อแสดงภาพรวมของตัวแปรที่มีระดับการวัดแบบช่วง

6.5 แปลความหมายของข้อมูลตามประเด็นคำถามเป็นรายชื่อ รายด้าน และโดยรวม โดยการหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน แบ่งเป็น 5 ช่วง ตามลำดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยต่าง ๆ (ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551: 22) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

6.6 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ด้านงบประมาณในการเช่าที่พักอาศัย

6.7 สรุปผลการศึกษา ตลอดจนเสนอคำแนะนำ และการจัดทำเป็นรูปเล่ม เพื่อรายงานผลการศึกษาต่อไป

7. งบประมาณในการดำเนินงาน

ค่าถ่ายเอกสาร	4,000 บาท
ค่าจ้างสำรวจ 20 คนๆละ 200 บาท จำนวน 4 วัน	2,000 บาท
ค่าน้ำมันในการเดินทาง	5,000 บาท
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	5,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	16,000 บาท
	(หนึ่งหมื่นหกพันบาทถ้วน)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หัวข้อ ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่าใน อำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า
3. ข้อมูลระดับความสำคัญที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด
4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่าใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายละเอียดเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ต่ำกว่า 20 ปี	10.4	26.8	37.2
21-25 ปี	23.2	34.9	58.1
26-30 ปี	1.6	.8	2.3
31-35 ปี	.3	.5	.8
36-40 ปี	.5	.3	.8
41-45 ปี	.3	.3	.5
46-50 ปี	.3	.0	.3
รวม	36.5	63.5	100.0

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.1 แบ่งเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 23.2 และ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.2 แบ่งเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 10.4 และ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษา	อาชีพ						รวม
	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ	นักศึกษา	อื่นๆ	
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	.3	.0	.0	.0	.0	.0	.3
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	.3	.0	.3	.3	1.8	.0	2.6
อนุปริญญา หรือ ปวส.	.3	.5	.8	.3	1.3	.0	3.1
ปริญญาตรี	.5	.5	1.3	.5	87.0	.8	90.6
ปริญญาโท	.0	.3	.3	.3	1.8	.0	2.6
ปริญญาเอก	.0	.0	.0	.8	.0	.0	.8
รวม	1.3	1.3	2.6	2.1	91.9	.8	100.0

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้ามีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.6 ซึ่งแบ่งเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 87 และเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 1.3 รองลงมาคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา หรือ ปวช. และปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 2.6 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.8 ดังปรากฏในตารางที่ 8

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้เข้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 91.9 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับรายได้ของตนเองต่อเดือนจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม
ตัวอย่าง

อาชีพ	รายได้				รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
รับราชการ	1.0	.0	.3	.0	1.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.5	.5	.3	.0	1.3
พนักงานเอกชน	.8	1.0	.3	.5	2.6
เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ	.0	.0	.8	1.3	2.1
นักศึกษา	77.9	8.3	4.7	1.0	91.9
อื่นๆ	.8	.0	.0	.0	.8
รวม	81.0	9.9	6.3	2.9	100.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับรายได้ของตนเองต่อเดือนจำแนกตามอายุของกลุ่ม
ตัวอย่าง

อายุ	รายได้				รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
ต่ำกว่า 20 ปี	33.9	1.3	2.1	.0	37.2
21-25 ปี	46.6	7.0	3.4	1.0	58.1
26-30 ปี	.5	.5	.5	.8	2.3
31-35 ปี	.0	.5	.0	.3	.8
36-40 ปี	.0	.3	.3	.3	.8
41-45 ปี	.0	.0	.0	.5	.5
46-50 ปี	.0	.3	.0	.0	.3
รวม	81.0	9.9	6.3	2.9	100.0

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ที่มีอายุ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมา คือ ผู้เช่าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.2 เป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 81 ดังปรากฏในตารางที่ 10

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า

การศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จะพิจารณาในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทที่อยู่ปัจจุบัน รายได้ของครอบครัว สภาพการอยู่อาศัยที่อยู่ปัจจุบัน สาเหตุจูงใจและเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบันจำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องของกลุ่มตัวอย่าง

สมาชิก	ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน				รวม
	หอพัก	อพาร์ทเมนต์	บ้านเช่า	อื่นๆ	
พักคนเดียว	18.0	2.6	.5	.8	21.9
พัก 2 คน	18.5	3.6	1.0	.3	23.4
พัก 3 คน	15.9	2.1	1.0	.3	19.3
พักมากกว่า 3 คน	29.4	.3	1.0	1.3	32.0
อื่นๆ	3.4	.0	.0	.0	3.4
รวม	85.2	8.6	3.6	2.6	100.0

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่พักอยู่รวมกันมากกว่า 3 คนต่อห้อง คิดเป็นร้อยละ 32.0 แยกเป็นการพักอาศัยในหอพักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.2 พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ รองลงมา คือ จำนวนผู้พักอาศัยพักจำนวน 2 คนต่อห้อง คิดเป็นร้อยละ 23.4 รองลงมา คือ พักคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 21.9 ดังปรากฏในตารางที่ 11

จากตารางที่ 12 พบว่า ประเภทที่พักอาศัยที่ผู้เช่าเช่ามากที่สุด คือ หอพัก คิดเป็นร้อยละ 85.2 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.9 รองลงมา คือ อพาร์ทเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 8.6 และเป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.7

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้จำแนกตามประเภทที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทที่พักอาศัย	รายได้				รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
หอพัก	72.9	6.5	4.4	1.3	85.2
อพาร์ทเมนต์	4.7	1.8	1.0	1.0	8.6
บ้านเช่า	1.8	1.0	.5	.3	3.6
อื่นๆ	1.6	.5	.3	.3	2.6
รวม	81.0	9.9	6.3	2.9	100.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาค่าเช่าต่อเดือนจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	ราคาค่าเช่าต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า 1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท	มากกว่า 2,500 บาท	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	25.5	9.6	16.7	29.2	81.0
10,001-15,000 บาท	.8	1.0	2.6	5.5	9.9
15,001-20,000 บาท	.3	1.0	1.3	3.6	6.3
20,001 บาทขึ้นไป	.0	.3	.3	2.3	2.9
รวม	26.6	12.0	20.8	40.6	100.0

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 81 และเช่าที่พักในราคาที่มากกว่า 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมา คือ เช่าที่พักในราคาต่ำกว่า 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.5 ดังปรากฏในตารางที่ 13

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าที่พักส่วนใหญ่เป็น บิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ผู้อาศัยเอง คิดเป็นร้อยละ 40.1 และสาเหตุภายในที่เป็นเหตุผลในการย้ายที่พัก คือ ห้องพักรับแคบ คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา คือ ค่าเช่าแพง คิดเป็นร้อยละ 28.6

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักจำแนกตามผู้ที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจ	ปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พัก					รวม
	ห้องพัก อาศัย คับแคบ	ค่าเช่าแพง	ค่าน้ำ ค่าไฟ แพง	ที่พักอาศัยไม่ สะอาดและทรุด โทรม	อื่นๆ	
บิดา มารดา	16.4	15.6	4.9	8.9	4.2	50.0
ตัวทำนอง	11.5	10.7	3.6	9.6	4.7	40.1
ภรรยา	.3	.3	.0	.3	.0	.8
ญาติ	.5	.5	.0	.0	.0	1.0
เพื่อน	1.8	1.6	.8	2.6	.5	7.3
อื่นๆ	.0	.0	.3	.3	.3	.8
รวม	30.5	28.6	9.6	21.6	9.6	100.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักจำแนกตามผู้ที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจ	ปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พัก						รวม
	สะดวก ต่อการ เดินทาง	มี บริการ Internet	ใกล้ สถานที่ เที่ยว กลางคืน	ใกล้ที่ ทำงาน ใหม่	มีร้าน อาหาร ใกล้ที่พัก	อื่นๆ	
บิดา มารดา	34.4	4.2	2.9	4.4	1.8	2.3	50.0
ตัวทำนอง	27.6	4.7	1.8	2.6	2.1	1.3	40.1
ภรรยา	.3	.3	.0	.3	.0	.0	.8
ญาติ	.3	.5	.0	.3	.0	.0	1.0
เพื่อน	5.7	.0	.0	.8	.5	.3	7.3
อื่นๆ	.3	.3	.3	.0	.0	.0	.8
รวม	68.5	9.9	4.9	8.3	4.4	3.9	100.0

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจส่วนใหญ่เป็นบิดา-มารดา คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ผู้ที่อาศัยเอง คิดเป็นร้อยละ 40.1 สาเหตุภายนอกที่ทำให้ผู้เช่าย้ายที่พักมากที่สุด คือ สะดวกต่อการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ มีบริการ Internet คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 15

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักจำแนกตามปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุ ทำให้ย้ายที่พัก	ปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พัก						รวม
	สะดวก ต่อการ เดินทาง	มีบริการ Internet	ใกล้ สถานที่ เที่ยว กลางคืน	ใกล้ที่ ทำงาน ใหม่	มีร้าน อาหาร ใกล้ที่พัก	อื่นๆ	
ห้องพักอาศัยคับแคบ	21.6	3.6	.3	2.6	1.0	1.3	30.5
ค่าเช่าแพง	20.6	1.6	1.0	2.6	2.3	.5	28.6
ค่าน้ำ ค่าไฟแพง	5.5	1.8	1.0	.8	.3	.3	9.6
ที่พักอาศัยไม่สะอาดและ ทรุดโทรม	14.1	2.1	1.8	1.8	.8	1.0	21.6
อื่นๆ	6.8	.8	.8	.5	.0	.8	9.6
รวม	68.5	9.9	4.9	8.3	4.4	3.9	100.0

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุในการย้ายที่พักอาศัยมากที่สุดคือ ห้องพักอาศัยคับแคบ คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ ค่าเช่าแพง คิดเป็นร้อยละ 28.6 และปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุการย้ายที่พักอาศัยมากที่สุด คือ สะดวกต่อการเดินทาง คิดเป็น ร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ มีบริการ Internet คิดเป็นร้อยละ 9.9 ดังปรากฏในตารางที่ 16

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจส่วนใหญ่จะเป็น บิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ตัวผู้เช่าเอง คิดเป็นร้อยละ 40.1 และเหตุผลที่ทำให้ผู้เช่าตัดสินใจเช่าที่พักมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 รองลงมา คือ ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	เหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย								รวม
	ขนาดพื้นที่	กิจกรรมทางการตลาด	การออกแบบและการก่อสร้าง	ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสม	ทำเลที่ตั้ง	ชื่อเสียงของที่พักอาศัย	อื่นๆ	ตอบมากกว่า 1 ข้อขึ้นไป	
บิดา มารดา	2.6	.0	1.0	5.7	8.3	.3	.5	31.5	50.0
ตัวท่านเอง	3.4	.8	.3	4.7	4.9	.5	.3	25.3	40.1
ภรรยา	.0	.0	.0	.0	.3	.0	.0	.5	.8
ญาติ	.0	.0	.0	.3	.3	.0	.0	.5	1.0
เพื่อน	.8	.0	.0	.3	1.3	.0	.0	4.9	7.3
อื่นๆ	.0	.0	.0	.0	.3	.0	.0	.5	.8
รวม	6.8	.8	1.3	10.9	15.4	.8	.8	63.3	100.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

สาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยจากปัจจัยภายใน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ห้องพักอาศัยคับแคบ	117	30.5
ค่าเช่าแพง	110	28.6
ค่าน้ำ ค่าไฟแพง	37	9.6
ที่พักอาศัยไม่สะอาดและทรุดโทรม	83	21.6
อื่นๆ	37	9.6

ผลการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัยจากปัจจัยภายในของผู้เช่าที่พักอาศัยมากที่สุด คือ ห้องพักอาศัยคับแคบ คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา คือ ค่าเช่าแพง คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา คือ ที่พักอาศัยไม่สะอาดและทรุดโทรม คิดเป็นร้อยละ 21.6 ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 18

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

สาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยจากปัจจัยภายนอก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะดวกต่อการเดินทาง	263	68.5
มีบริการ Internet	38	9.9
ใกล้สถานที่ที่เกี่ยวกลางคืน	19	4.9
ใกล้ที่ทำงานใหม่	32	8.3
มีร้านอาหารใกล้ที่พัก	17	4.4
อื่นๆ	15	3.9

ผลการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัยจากปัจจัยภายนอกของผู้เช่าที่พักอาศัยมากที่สุด คือ สะดวกต่อการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ มีบริการ Internet คิดเป็นร้อยละ 9.9 รองลงมา คือ ใกล้ที่ทำงานใหม่ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 19

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนาดพื้นที่	26	6.8
กิจกรรมทางการตลาด	3	.8
การออกแบบและการก่อสร้าง	5	1.3
ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสม	42	10.9
ทำเลที่ตั้ง	59	15.4
ชื่อเสียงของที่พักอาศัย	3	.8
อื่นๆ	3	.8

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผลการศึกษา พบว่า เหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของผู้เช่าที่พักอาศัยมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 รองลงมา คือ ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ รองลงมา คือ ขนาดพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 20

3. ข้อมูลระดับความสำคัญที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัย

ประเด็นคำถามด้านลักษณะห้องเช่า	การเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่า		
	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านลักษณะห้องเช่า			
1. รูปแบบความสวยงามของตึก	3.59	0.88	สำคัญมาก
2. รูปแบบความสวยงามของห้องพัก	3.79	0.86	สำคัญมาก
3. ความสะอาดของห้องพัก	4.29	0.87	สำคัญมาก
4. ขนาดของห้องพัก	3.97	0.93	สำคัญมาก
5. ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี	4.15	0.94	สำคัญมาก
6. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์	3.76	1.02	สำคัญมาก
7. ร้านขายของชำในบริเวณที่พัก	3.72	1.01	สำคัญมาก
8. ร้านอาหารในบริเวณที่พัก	3.73	1.02	สำคัญมาก
9. ร้านซักรีด/เครื่องซักผ้าอัตโนมัติในบริเวณที่พัก	3.70	1.01	สำคัญมาก
รวม	3.46	0.62	สำคัญมาก

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เช่าที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่พักอาศัย โดยพิจารณาด้านลักษณะห้องเช่าในภาพรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของห้องพัก ($\bar{X} = 4.29$) ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี ($\bar{X} = 4.15$) และขนาดของห้องพัก ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 21

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้เช่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่พักอาศัย โดยพิจารณาด้านราคาในภาพรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก ($\bar{X} = 4.29$) การจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค ($\bar{X} = 3.91$) และการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า ($\bar{X} = 3.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัย

ประเด็นคำถามด้านราคา	การเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่า		
	X	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านราคา			
1. ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก	4.29	0.84	สำคัญมาก
2. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	3.75	0.87	สำคัญมาก
3. การจ่ายค่ามัดจำ	3.65	0.92	สำคัญมาก
4. ค่าประกันวัสดุภายในห้องพัก	3.69	0.96	สำคัญมาก
5. การจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค	3.91	0.90	สำคัญมาก
รวม	3.86	0.73	สำคัญมาก

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัย

ประเด็นคำถามด้านทำเลที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม	การเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่า		
	X	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม			
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	4.34	0.85	สำคัญมาก
2. สะดวกในการเดินทาง	4.47	0.78	สำคัญมาก
3. ที่พักใกล้ตลาด ร้านอาหาร	4.07	0.85	สำคัญมาก
4. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	2.89	1.35	สำคัญปานกลาง
5. ความสะดวกในการจอดรถ/ลาดจอดรถ มีบริเวณกว้าง	3.86	0.98	สำคัญมาก
6. สภาพแวดล้อมที่พักดี อากาศถ่ายเท สะดวก	4.29	.89	สำคัญมาก
รวม	3.99	0.62	สำคัญมาก

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่พักออาศัย โดยพิจารณาด้านทำเลที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ สะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.47$) ที่พักใกล้ที่ทำงาน ($\bar{X} = 4.34$) และสภาพแวดล้อมที่พัคดี อากาศถ่ายเทสะดวก ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 23

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ย้ายที่พักออาศัย

ประเด็นคำถามด้านการกระจายสินค้า	การเลือกที่พักออาศัยประเภทให้เช่า		
	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านการกระจายสินค้า			
1. การดูแลที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าของที่พักออาศัย	4.15	0.89	สำคัญมาก
2. มาตรการรักษาความปลอดภัยต่างๆ	4.32	0.86	สำคัญมาก
3. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจากเจ้าของที่พักออาศัย	4.07	0.86	สำคัญมาก
4. ความสะดวกรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	4.00	0.88	สำคัญมาก
5. ความสะดวกในการจ่ายค่าเช่า	4.03	0.87	สำคัญมาก
6. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	3.59	0.91	สำคัญมาก
7. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักออาศัย	3.75	0.89	สำคัญมาก
8. การมีป้ายโฆษณาชัดเจน	3.36	1.02	สำคัญปานกลาง
9. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	3.09	1.15	สำคัญปานกลาง
10. มีกล้องวงจรปิดที่ทางเข้า-ออก	4.13	0.99	สำคัญมาก
11. มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	4.36	2.56	สำคัญมาก
12. ทางเข้ามีระบบ Key-Card	3.91	1.25	สำคัญมาก
รวม	3.90	0.66	สำคัญมาก

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่พักออาศัย โดยพิจารณาด้านการกระจายสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.36$) มาตรการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ($\bar{X} = 4.32$) และการดูแลที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าของที่พักออาศัย ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 24

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ย้ายที่พักออาศัย

ด้านส่งเสริมการขาย	การเลือกที่พักออาศัยประเภทให้เช่า		
	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านการส่งเสริมการขาย			
การโฆษณา			
1. หนังสือพิมพ์	3.20	1.15	สำคัญปานกลาง
2. แผ่นพับ	3.25	1.09	สำคัญปานกลาง
3. โทรทัศน์	3.23	1.21	สำคัญปานกลาง
4. วิทยุ	3.04	1.18	สำคัญปานกลาง
5. อินเทอร์เน็ต	3.38	1.29	สำคัญปานกลาง
6. นิตยสาร	3.13	1.16	สำคัญปานกลาง
รวม	3.21	1.04	สำคัญปานกลาง
การประชาสัมพันธ์			
1. การให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคม	3.46	1.01	สำคัญปานกลาง
2. การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางที่พักออาศัย	3.37	1.02	สำคัญปานกลาง
3. มีการพิมพ์ข่าวสารที่พักออาศัย	3.39	1.02	สำคัญปานกลาง
รวม	3.41	0.93	สำคัญปานกลาง
การขายโดยพนักงาน			
1. บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	3.92	0.92	สำคัญมาก
2. ความสุภาพของพนักงาน	4.13	2.76	สำคัญมาก
3. การให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ	3.92	0.96	สำคัญมาก
รวม	3.99	1.24	สำคัญมาก

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ด้านส่งเสริมการขาย	การเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่า		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}
การส่งเสริมการขาย			
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	3.88	1.16	สำคัญมาก
2. การมีของแจกตามที่พักก่อนเข้าพัก	3.60	1.19	สำคัญมาก
3. การมีคู่มือซึ่งรางวัล	3.41	1.28	สำคัญปานกลาง
4. การให้ส่วนลดเป็นเงินสด	3.52	1.32	สำคัญมาก
รวม	3.60	1.15	สำคัญมาก

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เช่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า โดยพิจารณาจากการส่งเสริมการขาย แยกตามรูปแบบการส่งเสริมการขาย ดังนี้

ด้านการโฆษณา ในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 2 ลำดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.38$) แผ่นพับ ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 2 ลำดับแรก คือ การให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคม ($\bar{X} = 3.46$) มีการพิมพ์ข่าวสารที่พักอาศัย ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ

ด้านการขายโดยพนักงาน ในภาพรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 2 ลำดับแรก คือ ความสุภาพของพนักงาน ($\bar{X} = 4.13$) บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการขาย ในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน ($\bar{X} = 3.88$) การมีของแจกตามที่พักก่อนเข้าพัก ($\bar{X} = 3.60$) และการให้ส่วนลดเป็นเงินสด ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 25

จากตารางที่ 26 พบว่า การตรวจสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ด้านราคา ค่าเช่าที่พักอาศัยด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยวิเคราะห์การถดถอยหลายตัวแปร พบว่า จากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด จำนวน 48 ตัวแปร ทั้ง 48 ตัวแปรส่งผลต่อการตัดสินใจใน

ด้านราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือน เมื่อใช้การเลือกตัวแปร ด้วยวิธีแบบถอยหลัง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดัง

ตารางที่ 26 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาด

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	167.056	48	3.480	2.769	.000
ส่วนที่เหลือ (Residual)	419.874	334	1.257		
Total	586.930	382			

ตารางที่ 27 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ เมื่อให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนเป็นตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		3.665	.527		6.947	.000
1. รูปแบบความสวยงามของตึก	X1	.183	.109	.130	1.676	.095
2. รูปแบบความสวยงามของห้องพัก	X2	.090	.106	.063	.853	.394
3. ความสะอาดของห้องพัก	X3	-.141	.113	-.100	-1.250	.212
4. ขนาดของห้องพัก	X4	.045	.095	.034	.477	.634
5. ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี	X5	.052	.097	.040	.540	.589
6. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์	X6	.151	.085	.126	1.786	.075
7. ร้านขายของชำในบริเวณที่พัก	X7	.131	.105	.107	1.245	.214

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
8. ร้านอาหารใน บริเวณที่พัก	X8	-.024	.098	-.020	-.246	.806
9. ร้านซักรีด / เครื่อง ซักผ้าอัตโนมัติใน บริเวณที่พัก	X9	-.085	.077	-.069	-1.096	.274
10. ค่าเช่ารายเดือน ไม่แพงมากเมื่อ เปรียบเทียบกับ ขนาดห้องพัก	X10	-.213	.097	-.145	-2.196	.029
11. การจ่ายค่าเช่า ล่วงหน้า	X11	.138	.122	.098	1.135	.257
12. การจ่ายค่ามัดจำ	X12	-.007	.139	-.005	-.050	.960
13. ค่าประกันวัสดุ ภายในห้องพัก	X13	-.064	.116	-.050	-.554	.580
14. การจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค	X14	.043	.100	.031	.431	.667
15. ที่พักใกล้ที่ ทำงาน	X15	.014	.105	.010	.133	.894
16. สะดวกในการ เดินทาง	X16	-.246	.123	-.155	-2.000	.046
17. ที่พักใกล้ตลาด ร้านอาหาร	X17	.144	.094	.100	1.524	.128
18. ที่พักใกล้แหล่ง บันเทิงกลางคืน	X18	-.080	.055	-.087	-1.448	.149

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
19. ความสะดวกในการจอดรถ / ลานจอดรถมีบริเวณกว้าง	X19	-.033	.085	-.026	-.386	.700
20. สภาพแวดล้อมที่พักดี อากาศถ่ายเทสะดวก	X20	-.021	.102	-.015	-.206	.837
21. การดูแลที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าของที่พักอาศัย	X21	.027	.107	.019	.250	.803
22. มาตรการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ	X22	.026	.108	.018	.244	.807
23. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจากเจ้าของที่พักอาศัย	X23	-.094	.115	-.065	-.817	.414
24. ความสะดวกรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	X24	-.003	.107	-.002	-.027	.978
25. ความสะดวกในการจ่ายค่าเช่า	X25	-.036	.110	-.026	-.330	.742
26. คำบอกเล่าจากคนรู้จัก	X26	.148	.096	.109	1.546	.123
27. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักอาศัย	X27	-.066	.093	-.047	-.703	.483

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
28. การมีป้าย โฆษณาชัดเจน	X28	-.041	.094	-.034	-.439	.661
29. การโฆษณาทาง อินเทอร์เน็ต	X29	-.086	.085	-.080	-1.009	.314
30. มีกล่องวงจรปิด ที่ทางเข้า – ออก	X30	-.063	.085	-.051	-.747	.456
31. มีพนักงานรักษา ความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	X31	-.039	.027	-.080	-1.410	.159
32. ทางเข้ามีระบบ Key - Card	X32	.433	.078	.437	5.528	.000
33. หนังสือพิมพ์	X33	-.017	.102	-.016	-.167	.867
34. แผ่นพับ	X34	.070	.093	.061	.751	.453
35. โทรทัศน์	X35	-.002	.111	-.002	-.014	.989
36. วิทยู	X36	-.098	.105	-.094	-.937	.350
37. อินเทอร์เน็ต	X37	.051	.093	.053	.547	.585
38. นิตยสาร	X38	-.172	.124	-.162	-1.397	.163
39. การให้การ สนับสนุน ช่วยเหลือสังคม	X39	-.149	.107	-.123	-1.400	.163
40. การเข้าร่วม กิจกรรมกับทางที่ พักอาศัย	X40	.056	.107	.046	.523	.601
41. มีการพิมพ์ ข่าวสารที่พัก อาศัย	X41	-.048	.099	-.039	-.478	.633

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
42. บุคลิกภาพและ มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	X42	-.133	.109	-.100	-1.218	.224
43. ความสุภาพของ พนักงาน	X43	-.007	.025	-.015	-.262	.793
44. การให้คำปรึกษา และข้อมูลเพื่อ ช่วยในการ ตัดสินใจ	X44	.075	.102	.059	.738	.461
45. ส่วนลดพิเศษ ของค่าเช่าราย เดือน	X45	-.015	.105	-.014	-.145	.885
46. การมีของแจก ตามที่พักก่อนเข้า พัก	X46	-.033	.127	-.032	-.264	.792
47. การมีคู่มือซึ่ง รางวัล	X47	.025	.118	.026	.215	.830
48. การให้ส่วนลด เป็นเงินสด	X48	-.129	.105	-.138	-1.225	.222

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าทั้ง 48 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านลักษณะห้องเช่า พบว่า มี 9 ปัจจัย คือ รูปแบบความสวยงามของตึก รูปแบบความสวยงามของห้องพัก ความสะอาดของห้องพัก ขนาดของห้องพัก ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์สุขภาพดี ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ ร้านขายของชำในบริเวณที่พัก ร้านอาหารในบริเวณที่พัก และร้านซักรีด/เครื่องซักผ้าอัตโนมัติในบริเวณที่พัก ด้านราคา พบว่า มี 5 ปัจจัย คือ ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า การจ่ายค่ามัดจำ ค่าประกันวัสดุภายในห้องพัก และการจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม พบว่า มี 6 ปัจจัย คือ ที่พักใกล้ที่ทำงาน สะดวกในการเดินทาง ที่พักใกล้ตลาด ร้านอาหาร ที่พักใกล้แหล่ง

บันทึกกลางคืน ความสะดวกในการจอดรถ / ลานจอดรถมีบริเวณกว้าง และสภาพแวดล้อมที่พักดี
 อากาศถ่ายเทสะดวก ด้านการกระจายสินค้า พบว่า มี 12 ปัจจัย คือ การดูแลที่ดีและเอาใจใส่จาก
 เจ้าของที่พักอาศัย มาตรการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจากเจ้าของ
 ที่พักอาศัย ความสะดวกรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า ความสะดวกในการจ่ายค่าเช่า ค่าบอกล่าจาก
 คนรู้จัก ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักอาศัย การมีป้ายโฆษณาชัดเจน การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
 มีกล้องวงจรปิดที่ทางเข้า – ออก มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และทางเข้ามีระบบ
 Key – Card ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า มีการแบ่งย่อยในแต่ละด้าน ดังนี้ การโฆษณา พบว่า มี
 6 ปัจจัย คือ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และนิตยสาร การประชาสัมพันธ์
 พบว่า มี 3 ปัจจัย คือ การให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคม การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางที่พักอาศัย
 และมีการพิมพ์ข่าวสารที่ที่พักอาศัย การขายโดยพนักงาน พบว่า มี 3 ปัจจัย คือ บุคลิกภาพและมนุษย์
 สัมพันธ์ของพนักงาน ความสุภาพของพนักงาน และการให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อช่วยในการ
 ตัดสินใจ การส่งเสริมการขาย พบว่า มี 4 ปัจจัย คือ ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน การมีของแจก
 ตามที่พักก่อนเข้าพัก การมีคู่มือซึ่งรางวัล และการให้ส่วนลดเป็นเงินสด ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ
 ต้องการที่ที่พักอาศัยมากที่สุด คือ ค่าเช่ารายเดือนที่ไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก
 สะดวกต่อการเดินทาง และทางเข้ามีระบบ Key-Card โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .029, .046 และ .000
 ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 27

สมการ Multiple Linear Regressions

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n$$

แทนค่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \hat{Y} = & 3.665 + (0.130)X_1 + (0.063)X_2 - (0.100)X_3 + (0.034)X_4 + (0.040)X_5 + (0.126)X_6 \\ & + (0.107)X_7 - (0.020)X_8 - (0.069)X_9 - (0.145)X_{10} + (0.098)X_{11} - (0.005)X_{12} - (0.050)X_{13} + \\ & (0.031)X_{14} + (0.010)X_{15} - (0.155)X_{16} + (0.100)X_{17} - (0.087)X_{18} - (0.026)X_{19} - (0.015)X_{20} + \\ & (0.019)X_{21} + (0.018)X_{22} - (0.065)X_{23} - (0.002)X_{24} - (0.026)X_{25} + (0.109)X_{26} - (0.047)X_{27} - \\ & (0.034)X_{28} - (0.080)X_{29} - (0.051)X_{30} - (0.080)X_{31} + (0.437)X_{32} - (0.016)X_{33} + (0.061)X_{34} - \\ & (0.002)X_{35} - (0.094)X_{36} + (0.053)X_{37} - (0.162)X_{38} - (0.123)X_{39} + (0.046)X_{40} - 0.039 (X_{41} - \\ & (0.100)X_{42} - (0.015)X_{43} + (0.059)X_{44} - (0.014)X_{45} - (0.032)X_{46} + (0.026)X_{47} - (0.138)X_{48} \end{aligned}$$

$$R^2 = 28.40 \%$$

สรุป สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่พักออาศัยประเภทให้เช่า กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ

$$\hat{Y} = 3.665 + (0.145) X_{10} - (0.155) X_{16} + (0.437) X_{32}$$

$$R^2 = 12.90 \%$$

จากสมการเห็นได้ว่าการตัดสินใจเกี่ยวกับราคาค่าเช่าที่พักออาศัยต่อเดือนของผู้เช่าที่พักออาศัยมีความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาด หมายความว่า ราคาค่าเช่าที่พักออาศัยจะเพิ่มขึ้นหากผู้ประกอบการที่พักออาศัยให้เช่ามีการปรับปรุงในส่วนของคุณค่าเช่ารายเดือนที่ไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก รองลงมา คือ สะดวกต่อการเดินทาง รองลงมา คือ ทางเข้ามีระบบ Key-Card โดยสามารถอธิบายค่า X ได้ 12.90 %

ตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านส่วนบุคคลและด้านพฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักออาศัย

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	210.001	18	11.667	11.296	.000
ส่วนที่เหลือ (Residual)	376.988	365	1.033		
รวม	586.990	383			

ผลการศึกษา พบว่า การตรวจสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่พักออาศัยต่อเดือน ด้วยปัจจัยด้านส่วนบุคคลและด้านพฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักออาศัยโดยการวิเคราะห์การถดถอยหลายตัวแปร พบว่า จากปัจจัยด้านส่วนบุคคลและด้านพฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักออาศัย จำนวน 18 ตัวแปร ทั้ง 18 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจในด้านราคาค่าเช่าที่พักออาศัยต่อเดือน เมื่อใช้วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ด้วยวิธีเลือกตัวแปรแบบถอยหลังที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังปรากฏในตารางที่ 28

ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ เมื่อให้ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลและด้านพฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักอาศัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนเป็นตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		2.898	.762		3.805	.000
1. เพศ	X49	-.021	.114	-.008	-.183	.855
2. อายุ	X50	-.021	.087	-.013	-.237	.813
3. การศึกษา	X51	-.009	.125	-.004	-.075	.940
4. อาชีพ	X52	.055	.095	.029	.577	.564
5. สถานภาพ	X53	.140	.179	.038	.783	.434
6. ภูมิลำเนา	X54	.028	.034	.035	.825	.410
7. รายได้	X55	.218	.088	.126	2.470	.014
8. สมาชิก	X56	-.365	.048	-.359	-7.529	.000
9. การเปรียบเทียบที่ พักอาศัยก่อนตัด สินใจเช่า	X57	.188	.046	.184	4.090	.000
10. ประเภทที่พัก อาศัยในปัจจุบัน	X58	.092	.093	.047	.989	.323
11. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเช่า	X59	.050	.038	.057	1.329	.185
12. ระยะเวลาพัก อาศัยที่พักอาศัย ในปัจจุบัน	X60	-.237	.056	-.195	-4.220	.000
13. ปัจจัยภายในที่ เป็นสาเหตุทำให้ ย้ายที่พักอาศัย	X61	.138	.040	.153	3.439	.001
14. ปัจจัยภายนอกที่ เป็นสาเหตุทำให้ ย้ายที่พักอาศัย	X62	-.020	.034	-.026	-.605	.545
15. แบบการชำระค่า น้ำ	X63	-.107	.098	-.050	-1.095	.274

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
16. แบบการชำระค่าไฟฟ้า	X64	.020	.030	.033	.686	.493
17. ขนาดพื้นที่พักที่ต้องการ	X65	.000	.001	-.028	-.652	.515
18. เหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่า	X66	-.002	.025	-.003	-.068	.946

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่ามากที่สุดคือ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกต่อห้อง โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .014 และ .000 ตามลำดับ การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ระยะเวลาพักอาศัยที่พักอาศัยปัจจุบัน และปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัย โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .000, .000 และ .001 ตามลำดับ ทั้งนี้ เพราะแต่ละบุคคลมีความต้องการที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจมีความประสงค์ดำเนินธุรกิจที่พักอาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า ผู้ประกอบการควรปรับปรุงที่พักอาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า สมการที่จำแนกตามความต้องการของผู้เช่าที่พักอาศัยอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม คือ

สมการ Multiple Linear Regressions

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_n x_n$$

ผลงานวิจัยนันทศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

แทนค่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.898 - (0.008) X_{49} - (0.013) X_{50} - (0.004) X_{51} + (0.029) X_{52} + (0.038) X_{53} + (0.035) X_{54} + (0.126) X_{55} - (0.359) X_{56} + (0.184) X_{57} + (0.047) X_{58} + (0.057) X_{59} - (0.195) X_{60} + (0.153) X_{61} - (0.026) X_{62} - (0.050) X_{63} + (0.033) X_{64} - (0.028) X_{65} - (0.003) X_{66}$$

$$R^2 = 35.80 \%$$

สรุป สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่ฟักอาศัยประเภทให้เช่า กับ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการเงิน คือ

$$\hat{Y} = 2.898 + (0.126) X_{55} - (0.359) X_{56} + (0.184) X_{57} - (0.195) X_{60} + (0.153) X_{61}$$

$$R^2 = 34.40 \%$$

จากสมการเห็นได้ว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาค่าเช่าที่ฟักต่อเดือนของผู้เช่าที่ฟักอาศัย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการเงิน หมายความว่า ราคาค่าเช่าที่ฟักอาศัยจะเพิ่มขึ้น หากผู้ประกอบการธุรกิจที่ฟักอาศัยให้เขามีการปรับปรุงราคาค่าเช่าให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้เช่า ดังนี้ รายได้สมาชิก การเปรียบเทียบที่ฟักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ระยะเวลาฟักอาศัยที่ฟักอาศัยปัจจุบัน และขนาดที่ฟักอาศัยคับแคบ โดยสามารถอธิบายค่า X ได้ 34.40 %

ตารางที่ 30 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่ฟักอาศัยประเภทให้เช่า

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	219.064	8	27.383	28.071	.000(a)
ส่วนที่เหลือ (Residual)	364.837	374	.976		
รวม	583.901	382			

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า การตรวจสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่ฟักอาศัยต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่ฟักอาศัยประเภทให้เช่า โดยการวิเคราะห์การถดถอยหลายตัวแปร พบว่า จากปัจจัยด้านส่วนบุคคลและด้านพฤติกรรมทางเลือกเช่าที่ฟักอาศัย จำนวน 18 ตัวแปร ทั้ง 7 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจในด้านราคาค่าเช่าที่ฟักอาศัยต่อเดือน เมื่อใช้วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ด้วยวิธีเลือกตัวแปรแบบถดถอยหลังที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังปรากฏในตารางที่ 30

ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ เมื่อให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัย ประเภทให้เช่า มีผลในการตัดสินใจด้านราคาเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนเป็นตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		3.907	.446		8.767	.000
1. รายได้	X1	.175	.076	.101	2.286	.023
2. สมาชิก	X2	-.333	.046	-.329	-7.211	.000
3. การเปรียบเทียบที่ พักอาศัยก่อน ตัดสินใจเช่า	X3	.171	.044	.168	3.925	.000
4. ระยะเวลาพัก อาศัยในปัจจุบัน	X4	-.201	.051	-.165	-3.907	.000
5. ปัจจัยภายในที่ เป็นสาเหตุทำให้ ย้ายที่พัก	X5	.138	.038	.153	3.644	.000
6. ค่าเช่ารายเดือนไม่ แพงมากเมื่อ เปรียบเทียบับ ขนาดห้องพัก	X6	-.203	.067	-.138	-3.048	.002
7. สะดวกในการ เดินทาง	X7	-.076	.073	-.048	-1.049	.295
8. ทางเข้ามีระบบ Key-Card	X8	.139	.044	.141	3.195	.002

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่ามากที่สุด คือ จำนวนสมาชิกต่อห้อง การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ระยะเวลาพักอาศัยในปัจจุบัน ปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พัก โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .000 ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบ ทางเข้ามีระบบ Key-Card โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .002 และรายได้ โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .023 ทั้งนี้เพราะแต่ละบุคคลมีความต้องการที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบ

ธุรกิจการปรับปรุงที่พักอาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า สมการรวมที่จำแนกตามความต้องการของผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม คือ

สมการ Multiple Linear Regressions

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n$$

แทนค่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.907 - (0.101) X_1 - (0.329) X_2 + (0.168) X_3 - (0.165) X_4 + (0.153) X_5 - (0.138) X_6 - (0.048) X_7 + (0.141) X_8$$

$$R^2 = 37.70 \%$$

สรุป สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการเงิน คือ

$$\hat{Y} = 3.907 - (0.101) X_1 - (0.329) X_2 + (0.168) X_3 - (0.165) X_4 + (0.153) X_5 - (0.138) X_6 + (0.141) X_8$$

$$R^2 = 37.50 \%$$

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

จากสมการเห็นได้ว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนของผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการที่พักอาศัยหมายความว่า ราคาค่าเช่าที่พักอาศัยจะเพิ่มขึ้นหากที่พักอาศัยให้เช่ามีการปรับปรุงในส่วนของจำนวนสมาชิกที่พักอาศัย การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนการตัดสินใจเช่า ห้องพักคับแคบ ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก ทางเข้ามีระบบ Key – Card และรายได้ เพื่อการเพิ่มระยะเวลาในการพักอาศัยของผู้เช่า โดยสามารถอธิบายค่า X ได้ 37.50 %

บทสรุป

ผลการศึกษา พบว่า ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.5 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.5 ผู้เช่าส่วนใหญ่มีอายุ 21–25 ปี คิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.2 ผู้เช่ามีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 90.6 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 6 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 97.4 เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 91.1 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 12.8 และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 11.5 รายได้ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ตามลำดับ และอยู่ในที่พักอาศัยประเภทหอพัก ผู้เช่าส่วนใหญ่เลือกที่พักอาศัยที่มีราคามากกว่า 2,500 บาทต่อเดือน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่วนใหญ่เป็น บิดา-มารดา รองลงมา คือ ผู้พักอาศัยเองเป็นผู้ตัดสินใจ ส่วนปัจจัยที่ทำให้ย้ายที่พักอาศัยบ่อย คือ ที่พักอาศัยไม่สะอาด ทรุดโทรม ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ในทางตรงกันข้าม สาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย คือ ขนาดพื้นที่ ทำเลที่ตั้ง ราคาและเงื่อนไขการชำระเงินที่เหมาะสม กิจกรรมทางการตลาด การออกแบบและการก่อสร้าง และชื่อเสียงของที่พักอาศัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยที่สำคัญที่สุดคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รองลงมา คือ จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยต่อห้อง การเปรียบเทียบข้อมูลที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ระยะเวลาพักอาศัยที่พักอาศัยในปัจจุบัน และห้องพักคับแคบเป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัย ตามลำดับ ในด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยของผู้เช่า คือ ค่าเช่ารายเดือนที่ไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก และทางเข้ามีระบบ Key-Card ตามลำดับ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะ คือ ที่พักอาศัยประเภทให้เช่าควรสร้างใกล้กับมหาวิทยาลัย โรงงาน บริษัท โรงพยาบาล หรือสถานที่ราชการ โดยเก็บค่าเช่าที่เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ห้อง มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม อากาศถ่ายเทดี เย็นสบาย มีการรักษาความสะอาด มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตในที่พัก และมีกิจกรรมเพื่อสร้างมนุษยสัมพันธ์ของผู้ร่วมอาศัย

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความต้องการที่พักอาศัยให้เช่า กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้ทำวิจัยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.5 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.5 ผู้เช่าส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.2 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 90.6 รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 6 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 97.4 เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 91.1 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 12.8 และภาคใต้ ร้อยละ 11.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ รายได้ 10,001-15,000 บาท ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มากที่สุด คือ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกต่อห้อง โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .014 และ .000 ตามลำดับ การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ระยะเวลาพักอาศัยที่พักอาศัยปัจจุบัน และปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัย โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .000, .000 และ .001 ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะแต่ละบุคคลมีความต้องการที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจมีความประสงค์ดำเนินธุรกิจที่พักอาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ควรปรับปรุงที่พักอาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า สมการที่จำแนกตามความต้องการของผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม คือ

สมการ Multiple Linear Regressions

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n$$

แทนค่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.898 - (0.008) X_{49} - (0.013) X_{50} - (0.004) X_{51} + (0.029) X_{52} + (0.038) X_{53} + (0.035) X_{54} + (0.126) X_{55} - (0.359) X_{56} + (0.184) X_{57} + (0.047) X_{58} + (0.057) X_{59} - (0.195) X_{60} + (0.153) X_{61} - (0.026) X_{62} - (0.050) X_{63} + (0.033) X_{64} - (0.028) X_{65} - (0.003) X_{66}$$

$$R^2 = 35.80 \%$$

สรุป สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กับ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการเงิน คือ

$$\hat{Y} = 2.898 + (0.126) X_{55} - (0.359) X_{56} + (0.184) X_{57} - (0.195) X_{60} + (0.153) X_{61}$$

$$R^2 = 34.40 \%$$

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีผู้พักอาศัยพัก รวมกันมากกว่า 3 คนต่อห้อง มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย

การเลือกที่พักอาศัยของผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีการพิจารณาในเรื่อง การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ประเภทที่พักอาศัย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่า ราคาเช่าต่อเดือน ระยะเวลาในการเช่าที่พักอาศัยในปัจจุบัน ปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุในการย้ายที่พักอาศัย ปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุในการย้ายที่พักอาศัย ลักษณะการชำระค่าน้ำ ลักษณะการชำระค่าไฟฟ้า ขนาดพื้นที่ห้องพักที่ต้องการ รวมไปถึง เหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้เช่ามีการเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนการตัดสินใจเช่า ส่วนใหญ่ที่พักอาศัยในหอพัก ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ บิดา-มารดา ราคาเช่าที่สามารถเช่าได้คือ ราคามากกว่า 2,500 บาท ปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุในการย้ายที่พักมากที่สุด คือ ห้องพักคับแคบ ปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุในการย้ายที่พักอาศัยมากที่สุด คือ สะดวกต่อการเดินทาง ลักษณะชำระค่าน้ำเป็นแบบเหมาจ่าย ลักษณะการชำระค่าไฟเป็นแบบคิดมิเตอร์แยก ขนาดพื้นที่ที่ต้องการ คือ 20 ตารางเมตร และเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าคือ ทำเลที่ตั้ง ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสม และขนาดพื้นที่ ตามลำดับ

ผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่ต้องการเช่าที่พักอาศัยส่วนใหญ่ต้องการอยู่ใกล้สถานที่ศึกษา ที่ทำงาน ต้องการความเป็นส่วนตัวในการพักอาศัย และต้องการที่จะแยกครอบครัว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการที่พักอาศัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในเรื่องความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พิจารณาดังปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะห้องเช่า พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องพัก ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยด้านการกระจายสินค้า พบว่า ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และในส่วนของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสุภาพของพนักงานมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการที่พักอาศัยในด้านราคาเช่าที่พักอาศัย พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมี 48 ปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในด้านราคาเช่าที่พักอาศัย ประกอบด้วย ด้านลักษณะห้องเช่า พบว่า มี 9 ปัจจัย คือ รูปแบบความสวยงามของตึก รูปแบบความสวยงามของห้องพัก ความสะอาดของห้องพัก ขนาดของห้องพัก ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์สุภาพดี ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ รั้ว

ขายของชำในบริเวณที่พัก ร้านอาหารในบริเวณที่พัก และร้านซักรีด/เครื่องซักผ้าอัตโนมัติในบริเวณที่พัก ด้านราคา พบว่า มี 5 ปัจจัย คือ ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า การจ่ายค่ามัดจำ ค่าประกันวัสดุภายในห้องพัก และการจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม พบว่า มี 6 ปัจจัย คือ ที่พักใกล้ที่ทำงาน สะดวกในการเดินทาง ที่พักใกล้ตลาด ร้านอาหาร ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน ความสะดวกในการจอดรถ / สถานจอดรถมีบริเวณกว้าง และสภาพแวดล้อมที่พักดี อากาศถ่ายเทสะดวก ด้านการกระจายสินค้า พบว่า มี 12 ปัจจัย คือ การดูแลที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าของที่พักอาศัย มาตรการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจากเจ้าของที่พักอาศัย ความสะดวกรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า ความสะดวกในการจ่ายค่าเช่า ค่าบอกเล่าจากคนรู้จัก ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักอาศัย การมีป้ายโฆษณาชัดเจน การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต มีกล้องวงจรปิดที่ทางเข้า – ออก มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และทางเข้ามีระบบ Key – Card ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า มีการแบ่งย่อยในแต่ละด้าน ดังนี้ การโฆษณา พบว่า มี 6 ปัจจัย คือ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และนิตยสาร การประชาสัมพันธ์ พบว่า มี 3 ปัจจัย คือ การให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคม การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางที่พักอาศัย และมีการพิมพ์ข่าวสารที่พักอาศัย การขายโดยพนักงาน พบว่า มี 3 ปัจจัย คือ บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความสุภาพของพนักงาน และการให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ การส่งเสริมการขาย พบว่า มี 4 ปัจจัย คือ ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน การมีของแถมตามที่พักก่อนเข้าพัก การมีคู่มือป้องกันรางวัล และการให้ส่วนลดเป็นเงินสด สมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.665 + (0.130)X_1 + (0.063)X_2 - (0.100)X_3 + (0.034)X_4 + (0.040)X_5 + (0.126)X_6 + (0.107)X_7 - (0.020)X_8 - (0.069)X_9 - (0.145)X_{10} + (0.098)X_{11} - (0.005)X_{12} - (0.050)X_{13} + (0.031)X_{14} + (0.010)X_{15} - (0.155)X_{16} + (0.100)X_{17} - (0.087)X_{18} - (0.026)X_{19} - (0.015)X_{20} + (0.019)X_{21} + (0.018)X_{22} - (0.065)X_{23} - (0.002)X_{24} - (0.026)X_{25} + (0.109)X_{26} - (0.047)X_{27} - (0.034)X_{28} - (0.080)X_{29} - (0.051)X_{30} - (0.080)X_{31} + (0.437)X_{32} - (0.016)X_{33} + (0.061)X_{34} - (0.002)X_{35} - (0.094)X_{36} + (0.053)X_{37} - (0.162)X_{38} - (0.123)X_{39} + (0.046)X_{40} - (0.039)X_{41} - (0.100)X_{42} - (0.015)X_{43} + (0.059)X_{44} - (0.014)X_{45} - (0.032)X_{46} + (0.026)X_{47} - (0.138)X_{48}$$

$$R^2 = 28.40 \%$$

สรุป สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กับ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการเงิน คือ

$$\hat{Y} = 3.665 + (0.145) X_{10} - (0.155) X_{16} + (0.437) X_{32}$$

$$R^2 = 12.90 \%$$

จากสมการเห็นได้ว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนของผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จะมีความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาด หมายความว่า ราคาค่าเช่าที่พักอาศัยจะเพิ่มขึ้นหากที่พักอาศัยให้เช่ามีการปรับปรุงในส่วนของคุณค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของห้องพักสะดวกต่อการเดินทางและทางเข้ามีระบบ Key-Card

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการที่พักอาศัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจด้านราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่ามากที่สุด คือ จำนวนสมาชิกต่อห้อง การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ระยะเวลาพักอาศัยในปัจจุบัน ปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พัก รongลงมา คือ ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก และทางเข้ามีระบบ Key-Card รongลงมา คือ รายได้ ทั้งนี้เพราะแต่ละบุคคลมีความต้องการที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบธุรกิจควรปรับปรุงที่พักอาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า สมการรวมที่จำแนกตามความต้องการของผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม คือ

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

สมการ Multiple Linear Regressions

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_n x_n$$

แทนค่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.907 - (0.101) X_1 - (0.329) X_2 + (0.168) X_3 - (0.165) X_4 + (0.153) X_5 - (0.138) X_6 - (0.048) X_7 + (0.141) X_8$$

$$R^2 = 37.70 \%$$

สรุป สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กับ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการเงิน คือ

$$\hat{Y} = 3.907 - (0.101) X_1 - (0.329) X_2 + (0.168) X_3 - (0.165) X_4 + (0.153) X_5 - (0.138) X_6 + (0.141) X_8$$

$$R^2 = 37.50 \%$$

จากสมการเห็นได้ว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนของผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการที่พักอาศัยหมายความว่า ราคาค่าเช่าที่พักอาศัยจะเพิ่มขึ้นหากที่พักอาศัยให้เช่ามีการปรับปรุงในส่วนของจำนวนสมาชิกที่พักอาศัย การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนการตัดสินใจเช่า ห้องพักคับแคบ ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก ทางเข้ามีระบบ Key – Card และรายได้ เพื่อการเพิ่มระยะเวลาในการพักอาศัยของผู้เช่า

2. อภิปรายผล

ผลการศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยที่สำคัญที่สุดคือ ราคาค่าเช่าต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการพิจารณา ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยต่อห้อง การเปรียบเทียบข้อมูลที่พักอาศัยก่อนตัดสินใจเช่า ระยะเวลาพักอาศัยที่พักอาศัยในปัจจุบัน และห้องพักคับแคบเป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัย มากกว่าการพิจารณาจากราคาค่าเช่าต่อเดือนเพียงอย่างเดียวซึ่งสอดคล้องกับความต้องการที่อยู่อาศัย(ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมจะใช้ในการพิจารณาที่อยู่อาศัยที่สำคัญ 4 ด้าน คือ

ปัจจัยด้านลักษณะห้องเช่า พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยร่วมให้เช่า (สุชาดา สนธยางกูล 2550)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก และผู้เช่าส่วนใหญ่จะเลือกที่พักอาศัยที่มีราคาค่าเช่าที่เหมาะสมกับรายได้ต่อเดือน แสดงให้เห็นว่าระดับรายได้ของผู้เช่าและความสามารถในการจ่ายค่าเช่า มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่พักอาศัยประเภทให้เช่า

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสิ่งแวดลอม พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสะดวกในการเดินทาง แสดงให้เห็นว่าสถานที่ตั้งของที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตของผู้เช่า

ปัจจัยด้านการกระจายสินค้า พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง แสดงให้เห็นว่า ความปลอดภัยของผู้เช่า มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกที่พักอาศัยของผู้เช่า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสุภาพของพนักงานมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ความสุภาพของพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของผู้เช่า

การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาค่าเช่าที่พักอาศัยต่อเดือนของผู้เช่าที่ที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการที่พักอาศัยรวมทั้งทางด้านส่วนบุคคลและสาวนประสมทางการตลาด หมายความว่า ราคาค่าเช่าที่พักอาศัยจะเพิ่มขึ้นหากที่พักอาศัยให้เช่ามีการปรับปรุงในส่วนของจำนวนสมาชิกที่เข้าพัก การเปรียบเทียบที่พักอาศัยก่อนการตัดสินใจเช่า ห้องพักกับแคบ ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก ทางเข้ามีระบบ Key – Card และรายได้ เพื่อการเพิ่มระยะเวลาในการพักอาศัยของผู้เช่า

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

1. ปัญหาเกี่ยวกับที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในปัจจุบันของผู้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีปัญหาในเรื่องที่ที่พักอาศัยคับแคบ มีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้เช่า
2. ผู้เช่าที่เข้าพัก อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความต้องการย้ายที่พักอาศัยใหม่ เนื่องจากความต้องการขนาดของที่พักที่กว้างมากขึ้น และสะดวกต่อการเดินทาง
3. ด้านความต้องการที่พักอาศัย ผู้เช่ามีความต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีการดูแลความสะอาดในห้องพัก
4. ด้านราคา ราคาของที่อยู่อาศัย ผู้เช่าสามารถจ่ายค่าเช่าได้ในราคามากกว่า 2,500 บาทต่อเดือน

5. ด้านการส่งเสริมการขาย ควรส่งเสริมการขายที่เกี่ยวกับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนมากที่สุด

6. ผู้เช่าที่พักอาศัย อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ก่อนการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยจะทำการเปรียบเทียบที่พักอาศัย แสดงให้เห็นว่า ผู้เช่าที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมใช้เหตุผลในการเลือกที่พักอาศัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงข้อมูลของกลุ่มผู้เช่าที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เพียงบางกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถดำเนินการวิจัยได้ครอบคลุม เนื่องจากข้อจำกัดในระยะเวลา และกำลังคน การวิจัยครั้งต่อไป ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ควรทำการสำรวจให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดนครปฐม

2. เนื่องจากข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างนั้น มีข้อมูลเพียงบางกลุ่มอาชีพ ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมขึ้น จึงควรทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะอาชีพมากกว่านี้

3. ควรทำการศึกษาในลักษณะเชิงลึกมากขึ้น เพื่อจะได้รับข้อมูลที่มีรายละเอียด และมีคุณภาพมากขึ้น เช่น การใช้เวลาในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เพื่อสามารถนำข้อมูลในการสัมภาษณ์มาใช้ประโยชน์ได้ตามความเหมาะสม

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

บรรณานุกรม

“การพัฒนาที่อยู่อาศัยในวิถีแห่งพุทธเศรษฐศาสตร์.” วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 57, 1 (เมษายน – มิถุนายน 2552): 61-62.

ชัยยุทธ์ จุ่มตะคุ. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกเช่าที่พักอาศัย ของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยรังสิต อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. รับมืออย่างไรเมื่อลูกค้าโกรธ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2549: 63, 70.

นรินทร์ นพสันเทียะ. “การศึกษาธุรกิจที่อยู่อาศัยและแนวโน้มอุปสงค์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลระหว่างปี พ.ศ. 2534 – 2539.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2536.

นิพนธ์ เทพวัลย์. ประชากรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2523.

นรินทร์ นพสันเทียะ. “ตลาดคอนโดมิเนียมแบบที่พอกอาศัยในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2536.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.

ปณิศา ลัญจนาพันธ์. หลักการตลาด (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บิลิเนสเวิร์ส, 2548): 87.

ปภากร สุวรรณธาดา. “ศึกษาความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยของแก่น.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเคหการ บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2537.

“ประชากรไทยที่อยู่อาศัยไทย.” วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 54, 1 (กรกฎาคม – กันยายน 2551): 9-12.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

พนรัตน์ พรเศรษฐ์เมธากุล. “การศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของลูกจ้างในเขตตำบลหนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2552.

ไพรัช มากกาญจนกุล. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. นครปฐม: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2542.

ฟอร์เยน ริชาร์ท ที. ทฤษฎีและนโยบายฉบับมาตรฐาน. แปลโดย จิราภรณ์ ชาวงษ์.
กรุงเทพมหานคร: เพ็ญสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2544.

วนิดา หอมขจร. “การวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับบ้านพักอาศัยแบบอาคารชุด ในเขต
กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิต
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2537.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. ก กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็ก, 2541.

_____. ข พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน 2546. กรุงเทพมหานคร: เอ.อาร์.บิซิเนส, 2546.

ศิริกัลยา พิจิตรธรรม “ความต้องการที่อยู่อาศัย กรณีศึกษา ผู้ทำงานในสถานประกอบการเขตสาม
พราน จังหวัดนครปฐม.” ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551.

สุกิจ ตรีขวนพงศ์. “ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านถนนสาทร.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเคหการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2539.

สุชาดา สนธยางกูล. “ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ของผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า :
กรณีศึกษา บริเวณถนนอ่อนนุช.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเคหการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2550.

DeLaney, and Robert M. “Who is buying urban condominiums? A tale of four cities.” Master’s
degree, Massachusetts Institute of Technology, 2005.

Kemeny, and Jim. “Corporatism and Housing Regimes.” *Housing, Theory and Society* 23 (March
2006): 1-18.

Lu, and Mark C.K. “The causes and consequences of condo hotel conversion in Waikiki,
Hawaii.” Master’s degree, Massachusetts Institute of Technology, 2006.

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา



ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา



ภาคผนวก ก
รายชื่อหอพักที่จัดทะเบียนตามกฎหมาย อำเภอเมืองฯ จ.นครปฐม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ตารางที่ 32 รายชื่อหอพักที่จดทะเบียนตามกฎหมาย อำเภอเมืองฯ จ.นครปฐม

จำนวน 109 แห่ง

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ ผู้จัดการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวน ผู้พัก อาศัย	เลขที่ ใบ อนุญาต	วันออก ใบ อนุญาต
1	หอพักสตรี เจตจำนง (หอพักดีเด่น ปี 2542)	113 หมู่ 3 ซอย ข้างวัดใหม่ปิ่น เกลียว ถ.มาลัย แมน ต.นครปฐม อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3425-3387	นายจำนง จำปาเงิน	40	80	1/2525	22 กุมภาพันธ์ 2525
2	หอพักสตรี ประสพชัย	106 หมู่ 3 ซอย ข้างวัดใหม่ปิ่น เกลียว ถ.มาลัย แมน ต.นครปฐม อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3428-5862	นางสุพร กุ่มแก้ว	33	45	15/2525	2 พฤษภาคม 2545
3	หอพักสตรี สุพินดา	74 ถ. 25 มกรา ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 03425-2800,0- 3425-6299	นายเทอด ศักดิ์ กิจ ก้องขจร	25	45	15/2534	9 ธันวาคม 2534
4	หอพักสตรี ปรีชญา (หอพักดีเด่น ปี 2544)	82 หมู่ 3 ถ. มาลัยแมน ต. นครปฐม อ.เมือง ฯ จ.นครปฐม โทร.0-3429- 0181	นางศรี รัตน์ ยิ้ม วิทยา	25	50	17/2519 1/2538	22 ธันวาคม 2519 23 มกราคม 2538

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ ผู้จัดการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวน ผู้พัก อาศัย	เลขที่ ใบ อนุญาต	วันออก ใบ อนุญาต
5	หอพักหญิง จิตปราณี (หอพักดีเด่น ปี 2542)	1 ถ.ทรงพล ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯจ.นครปฐม โทร. 0-3425-3378	นาง ประยูร ธรรมวิชัย	70	70	1/2523	22 พฤษภาคม 2523
6	หอพักสตรี กัญญา	95/1 หมู่ 3 ซอยข้าง วัดใหม่ปิ่นเกลียว ถ.มาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม โทร. 0-3425-4651	นางสุ กัญญา คำวันดี	10	40	1/2539	28 มีนาคม 2539
7	หอพักสตรี บ้านรุ่งโรจน์ (หอพักดีเด่น ปี 2543)	99/43 หมู่ 3 ซอย ข้างวัดใหม่ปิ่น เกลียว ถ.มาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง ฯ จ.นครปฐม โทร. 03425-4832, 0-3428-5615	นางจารุ รุ่งเรือง	42	168	2/2539	19 เมษายน 2539
8	หอพักสตรี บ้านทิว ถนอม (หอพักดีเด่น ปี 2545)	52 หมู่ 3 ซอยข้าง วัดใหม่ปิ่นเกลียว ต.นครปฐม อ. เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3429-0088, 0-3425-2606	นางนิภา พร ทิว ถนอม	25	50	5/2541	22 ธันวาคม 2541

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ ผู้จัดการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวน ผู้พัก อาศัย	เลขที่ ใบ อนุญาต	วันออก ใบ อนุญาต
9	หอพักหญิง ราชมรรคา แมนชั่น	1/1 ซ.ยาสุข 2 ถ. ราชมรรคา ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3428-0368-9	นายบุญชู กุซงค์ ประเวศ (ผู้แทน บริษัท ราช มรรคา แมนชั่น จำกัด)	35	70	1/2543	27 มกราคม 2543
10	หอพัก ชาย เจ.เค. อพาร์ ทเมนท์	1/1 ซ.10 ถ.เพชร เกษม ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองจ. นครปฐม โทร.0- 3428-0465-8	น.ส.วิลา วัลย์ จารุทิก (ผู้แทน บริษัท เจ. เค.อพาร์ท เมนท์ จำกัด)	170	225	2/2543	20 มิถุนายน 2543
11	หอพักหญิง น้องเอ๋ม	114/1 ซ.11 ถ. เทศบาล ต.พระปฐม เจดีย์ อ.เมืองจ. นครปฐม โทร. 0-3424-3850	ศส. อุบล เสถียรปภี รณกรณ์	18	20	4/2543	4 ตุลาคม 2543

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ ผู้จัดการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวน ผู้พัก อาศัย	เลขที่ ใบ อนุญาต	วันออก ใบ อนุญาต
12	หอพักหญิง พีแก้ว	59/1 ม.7 ซ.ข้าง ราชภัฏ ถ.มาลัย แมน ต.หนองปาก โลง อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3428-5141,0- 3436-3414 ต่อ 111	นางสมศรี ชูรัตน์	36	110	5/2543	4 ตุลาคม 2543
13	หอพักหญิง พฤทธิพงษ์	34 ม.1 ถ.มาลัย แมน ต.วังตะกู อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3429-0834,0- 3436-3251	นาง อาภรณ์ พฤทธิ พงษ์พันธุ์	6	12	6/2543	4 ตุลาคม 2543
14	หอพักหญิง สนามจันทร์ คอร์ด	12 ซ.ยิงเป้า 4 ถ. ยิงเป้า ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3425-8401-4	นายรัฐวีร์ อัจฉริยะ ช	51	80	7/2543	4 ตุลาคม 2543
15	หอพักชาย อัญชลิ	9/7-8 ม.7 ต. หนองปากโลง อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3429-0378	นาง อัญชลิ ศรีจามร	7	20	8/2543	4 ตุลาคม 2543

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ ผู้จัดการ	จำนวน ห้อง พัก	จำนวน ผู้พัก อาศัย	เลขที่ ใบ อนุญาต	วันออก ใบ อนุญาต
16	หอพักหญิง ร้านไอติม	หมู่ 5 ถ.มาลัย แมน ต.หนองปาก โลง อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-1737	นางสุภาพ อัครบุญ ขจร	6	15	1/2544	25 เมษายน 2544
17	หอพัก ชายนันทกา 1	6/1 ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 034218241,03427 3201-8	นายนิติ พงศ์ ปฐม ชัยวัฒน์	6	12	14/254 5	3 เมษายน 2545
18	หอพักหญิง เบญญา	34/2 หมู่ 1 ถ.มาลัย แมน ต.วังตะกั่ว อ. เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3425-5681	นางสุธา ทิพย์ กลิ่นบุศย์	7	21	7/2544	17 สิงหาคม 2544
19	หอพักชาย บ้านจันทร์ ศิลป์	53/1 ถ.ยิงเป้า ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3425-5955	น.ส.ปณิ ดา วานี ชานนท์ (เจ้าของ) นางนิตดา วานิช นนท์ (ผู้จัดการ)	13	26	21/2545	12 มิถุนายน 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ ผู้จัดการ	จำนวน ห้อง พัก	จำนวน ผู้พัก อาศัย	เลขที่ ใบ อนุญาต	วันออก ใบ อนุญาต
20	หอพักหญิง บ้านจันทร์ ศิลป์	53/1 ถ.ยิงเป้า ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3425-5955	น.ส.ปณิ ดา วา นิ ชานนท์ (เจ้าของ) นางนิตยา วานิช นันท์ (ผู้จัดการ)	35	70	22/2545	12 มิถุนายน 2545
21	หอพักหญิง ชมบุรี	90/2 หมู่ 3 ซอย ข้างวัดใหม่ปิ่น เกล้าฯ ต.มาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง ฯ จ.นครปฐม โทร.0-3425-4679	นายปัญญา สร้อย เพชร	25	125	10/2544	17 สิงหาคม 2544
22	หอพักสตรี สุภาพร 1	151/60 ถ.ราชวิถี ต. พระปฐมเจดีย์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 1996-0800	นาง สุภาพร โตโพธิ์ ไทย	4	10	11/2544	25 กันยายน 2544
23	หอพักสตรี สุภาพร 2	45/2 ถ.ทรงพล ต. พระปฐมเจดีย์ อ. เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-1996-0800	นาง สุภาพร โตโพธิ์ ไทย	10	30	12/2544	25 กันยายน 2544

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ ผู้จัดการ	จำนวน ห้อง พัก	จำนวน ผู้พัก อาศัย	เลขที่ ใบ อนุญาต	วันออก ใบ อนุญาต
24	หอพักหญิง บ้านมณี ลักษณะ	73/2 หมู่ 1 ซอย หมู่บ้านครุ ฤ. มาลัยแมน ต.วัง ตะกู อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3428-5323	นายสุทธิ พงศ์ สถาพ อัคร์	12	36	14/254 4	25 กันยายน 2544
25	หอพักหญิง บ้านลาน ทอง	34/1 หมู่ 1 ถ. มาลัยแมน ต.วัง ตะกู อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3428-5884	นางนิภา พรรณ ลานทอง	10	30	13/254 4	25 กันยายน 2544
26	หอพักชาย อินไว้ท์	91/1 ซ.จันทรคาม พิทักษ์ ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3427-0381,0- 3421-0188	นาง อารยา สุวรรณ นที	130	256	15/254 4	25 กันยายน 2544
27	หอพักชาย บ้านสิทธิญา	330 หมู่ 1 ถ. เศรษฐกิจ 2 ต.ดอน ยายหอม อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0- 3422-9730	นาย ประสิทธิ์ ด้วงพูล	14	28	16/2544	25 กันยายน 2544

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
28	หอพักสตรีพัชรินทร์	318/2 หมู่ 1 ต.คอนยายหอม อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3422-9734	นายสุพจน์ ทวนประเสริฐ (เจ้าของ) น.ส.พัชรินทร์ ชูพุทธพงษ์ (ผู้จัดการ)	25	75	2/2545	23 มกราคม 2545
29	หอพักสตรีระพีพรรณแมนชั่น	179/1 ถ.ทรงพล ต.ลำพญา อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3427-2910, 0-3427-2512, 0-3427-2798	น.ส.สุวิมล อูยพานิชยพันธ์	52	100	3/2545	14 กันยายน 2545
30	หอพักหญิงสนามจันทร์แมนชั่น	บ.1/1 อ.สนามจันทร์ ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3427-3140-5	นายมานะชัย อัจฉริยวนิช	70	80	4/2545	14 กุมภาพันธ์ 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
31	หอพักชาย พรรุ่งโรจน์	192 ถ.ยิงเป้า ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-3239	น.ส.ศรา รัตน์ รุ่งโรจน์ ปฐมพร (เจ้าของ) นางศุมาลี รุ่งโรจน์ ปฐมพร (ผู้จัดการ)	17	34	5/2545	14 กุมภาพันธ์ 2545
32	หอพักหญิง รุ่งจิต	118/1 หมู่ 3 ซอยข้างวัดใหม่ ปิ่นเกล้ายว ต. มาลัยแมน ต. นครปฐม อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3428-5124-7	นายช ยุทธ ใจ ดี	6	24	6/2545	14 กุมภาพันธ์ 2545
33	หอพักชาย พงษ์วิกร	ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3421-0349-50	นายพจน์ ตันวานิช	67	80	5/2548	3 สิงหาคม 2548

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาติ	วันออกใบอนุญาติ
34	หอพักหญิง ลุ่มสกไถ่ คอร์ท 1	23 ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3421- 8669	นายกิติ พงษ์ เลิศสิทธิ ชัย	136	150	12/254 7	26 ตุลาคม 2547
35	หอพักชาย ลุงจิ้นต์	98 ม.5 ถ.มาลัย แมน ต.หนอง ปากโลง อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3428-5837	น.ส.น้ำ ทิพย์ สัมฤทธิ์ วงศ์	12	20	9/2545	27 กุมภาพันธ์ 2545
36	หอพักหญิง น้ำทิพย์	98 ม.5 ถ.มาลัย แมน ต.หนอง ปากโลง อ.เมือง ฯ จ.นครปฐม โทร.0-3428- 5837	น.ส.น้ำ ทิพย์ สัมฤทธิ์ วงศ์	12	20	10/254 5	27 กุมภาพันธ์ 2545
37	หอพักหญิง หยกมณี	325/4 หมู่ 1 ถ. พระประโทน- บ้านแพ้ว ต. ดอนยายหอม อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3422-9749	นายสันติ นันทรง ประเสริฐ	20	60	11/254 5	3 เมษายน 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
38	หอพักสตรีทิพย์	28/14-16 ถ. กล้วยแมน ต.วังตะกู อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3429-0019, 0-1572-4391	ว่าที่ ร.ต.สุทิพย์ ปิณฑศรี	6	15	12/2545	3 เมษายน 2545
39	หอพักชายครูแดง	124/1 ม. 5 ซอย อุหลม 1 ต.หนองปากโลง อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3429-0650	นาง วรณากัมภีรนนท์	10	30	13/2545	3 เมษายน 2545
40	หอพักหญิงอาจารย์รวีวรรณ	8/51-56 ตรอกราชดำริห์ ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-1759-7832	นาง รวีวรรณ ชีพันธ์	40	64	16/2545	16 พฤษภาคม 2545
41	หอพักชาย ลืมสกใต้ คอร์ด 2	14 ซอย 4 ถ.ยิงเป้า ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3427-0918-21	นายสมพงษ์ เลิศสิทธิชัย (เจ้าของ) นาย วงศ์วัฒน์ เลิศสิทธิชัย (ผู้จัดการ)	19	40	18/2545	16 พฤษภาคม 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
42	หอพักหญิง ลิ้มสกใกล้ คอร์ค 2	14 ซอย 4 ถ.ยิ่ง เป้า ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3427- 0918-21	นาย สมพงษ์ เลิศสิทธิ ชัย (เจ้าของ) นาย วงศวัฒน์ เลิศสิทธิ ชัย (ผู้จัดการ)	75	100	17/254 5	16 พฤษภาคม ม 2545
43	หอพักหญิง นันทกา แมนชั่น	4/1 ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3427- 3201-8	นาย สุวัฒน์ ปฐม ชัยวัฒน์ (เจ้าของ) นายนิติ พงศ์ ปฐม ชัยวัฒน์ (ผู้จัดการ)	90	180	19/254 5	16 พฤษภาคม ม 2545
44	หอพักหญิง กมลรัตน์	145/3 ซอยทรง พล 5 ถ.ทรงพล ต.สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3421-8365	นางกมล รัตน์ เลิศ แสง	8	16	20/2545	22 พฤษภาคม 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
45	หอพักสตรี ธนพรเพลช	325/7 ถ.พระ ประโทน-บ้าน แพ้ว ต.ดอน ยายหอม อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0-3422- 9766	นายธนวิษ เที่ยงตรง (เจ้าของ) น.ส. ศิริพร เที่ยงตรง (ผู้จัดการ)	40	120	25/254 5	17 มิถุนายน 2545
46	หอพักสตรี จิตร	145/5 ถ.ทรงพล ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3421-8349	นางจิตร บุตรมัน	6	12	30/254 5	17 มิถุนายน 2545
47	หอพักชาย สินชัย แมนชั่น	7/2 ซอยเกษตร สิน ถ.เกษตรสิน ต.ลำพญา อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-2901-2	นาย นิพนธ์ อนุเอก จิตร	49	98	31/254 5	17 มิถุนายน 2545
48	หอพักหญิง สินชัย แมนชั่น	7/2 ซอยเกษตร สิน ถ.เกษตรสิน ต.ลำพญา อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-2901-2	นาย นิพนธ์ อนุเอก จิตร	24	56	32/254 5	17 มิถุนายน 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
49	หอพักหญิง นิยมไทย แมนชั่น	1/4 ถ.สนามจันทร์ ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3424-2519, 0-1806-6466	นายอนุสรณ์ ทองคอนสนธิ์ (เจ้าของ) น.ส.วัลย์รัตน์ นิยมไทย (ผู้จัดการ)	36	108	33/2545	10 กรกฎาคม 2545
50	หอพักสตรี น้องออม	113/3,4,7 ซอยข้างวัดใหม่ปิ่นเกลียว ถ.มาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3429-0369, 08-1705-3807	นางอัญชลี ขุนทอง	13	26	34/2545	10 กรกฎาคม 2545
51	หอพักชาย นครปฐม แมนชั่น	1/1 ซอยยิงเป้า 4 ถ.ยิงเป้า ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3425-3411, 0-3424-2904	นายวีระ วุฒิ จารุศิริพจน์ (ผู้แทนห้างหุ้นส่วนจำกัด นครปฐมแมนชั่น)	37	111	35/2545	5 กันยายน 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
52	หอพักหญิง นครปฐม แมนชั่น	1/1 ซอยยิงเป้า 4 ถ.ยิงเป้า ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3425-3411,0-3424-2904	นายวีระวุฒิ จารุศิริพจน์ (ผู้แทนห้างหุ้นส่วนจำกัด นครปฐม แมนชั่น)	35	105	36/2545	5 กันยายน 2545
53	หอพักสตรี วันดี	45/4 ซอยทรงพล 1 ถ.ทรงพล ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3427-2061-4	นายจัดพันธ์ ชุมนุสนธิ	36	72	2/2548	1 มีนาคม 2548
54	หอพักสตรี ต้องตาม	80/5 ถ.มาลัยแมน ต.วังตะกูน อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3429-0836	นายอุทิศ ลิ้มชาโตมตะ	22	66	39/2545	5 กันยายน 2545
55	หอพักหญิง อินไวท์	91/1 ม. 6 ซอยจันทรคามพิทักษ์ ถ.สนามจันทร์ ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3427-0381	นางอารยา สุวรรณนที	25	50	38/2545	5 กันยายน 2545

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
56	หอพักหญิง อนงค์	14 ซอยทรงพล 3 ถ.ทรงพล ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-4770-4	นางอนงค์ จุลนิพัทธ์ วงษ์	40	80	1/2546	9 มกราคม 2546
57	หอพักหญิง บ้าน กนกวรรณ	14/2 ซอยทรง พล 3 ถ.ทรงพล ต.สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-3345	น.ศ.ดีสุดา กังกแก้ว (เจ้าของ) นายโป รัชย์ กง แก้ว (ผู้จัดการ)	90	160	2/2546	9 มกราคม 2546. 14 มกราคม 2546
58	หอพักสตรี วันวิสาข์	297/9 ม.1 ถ. พระประโทน- บ้านแพ้ว ต.คอน ยายหอม อ.เมือง ฯ จ.นครปฐม โทร.0-3422- 9446	นางนภา พร คิ้ว พูล	50	100	4/2546	14 กุมภาพันธ์ 2546
59	หอพักสตรี บี พี เอ็น แมนชั่น	61/33 ถ.ทรงพล ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0- 3427-5121-9	นายสิริวิชัย ปราถน์วิทยา (ผู้แทนบริษัท บางกอก พัฒนานคร จำกัด)	70	140	5/2546	14 กุมภาพันธ์ 2546

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
60	หอพักชาย บัวแสง จันทร์อพาร์ทเมนต์	34 ซอยทรงพล 1 ถ.ทรงพล ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-4747	นายภูษิต บัวแสง จันทร์ (เจ้าของ) นายสุ รพล บัว แสง จันทร์ (ผู้จัดการ)	40	125	9/2546	26 พฤษภาคม ม 2546
61	หอพักหญิง บัวแสง จันทร์อพาร์ทเมนต์	34 ซอยทรงพล 1 ถ.ทรงพล ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-4747	นายภูษิต บัวแสง จันทร์ (เจ้าของ) นายสุ รพล บัว แสง จันทร์ (ผู้จัดการ)	72	235	10/254 6	26 พฤษภาคม ม 2546
62	หอพักชาย เจ.เค.เพลส	2/3 ถ.ยิงเป้า ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3427-5085	น.ส.วิลา วัลย์ จารุทิก (ผู้แทน บริษัท เจ. เค.เพลส จำกัด)	40	100	12/254 6	10 กรกฎาคม 2546

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
63	หอพักหญิง เจ.เค.เพลส	2/3 ถ.ยิงเป้า ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3427-5085	น.ส.วิลา วัลย์ จารุทิก (ผู้แทน บริษัท เจ. เค.เพลส จำกัด)	72	100	13/254 6	10 กรกฎาคม 2546
64	หอพักชาย วินแมนชั่น	485/2 ซอย เกษตรสิน ถ. เกษตรสิน ต.ลำ พญา อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3421- 9673-7	นางบุบผา ชื่นสุขน	30	60	14/254 6	10 กรกฎาคม 2546
65	หอพักสตรี วินแมนชั่น	485/2 ซอย เกษตรสิน ถ. เกษตรสิน ต.ลำ พญา อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3421- 9673-7	นางบุบผา ชื่นสุขน	32	60	15/254 6	10 กรกฎาคม 2546

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
66	หอพักสตรี อาจารย์ ทัศนีย์	73/3 ซอย หมู่บ้านครู ถ. มาลัยแมน ต.วัง ตะกู อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3426- 1383	0	10	24	18/254 6	29 กรกฎาคม 2546
67	หอพักหญิง เวศย์วรุฒม์ เพลส	58/1 ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3427- 5800-15	นาย พิศลภ เวศย์ วรุฒม์ (เจ้าของ) นางงาม พรรณ เวศย์ วรุฒม์ (ผู้จัดการ) (ผู้แทน ห้าง หุ้นส่วน จำกัด เวศย์ วรุฒม์ เพลส)	151	453	19/254 6	28 ตุลาคม 2546

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
68	หอพักชายบัณฑิตแก้ว	170/2 ถ.ยิงเป้า ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3424-2148	นายรณพล รัฐรังสี	17	40	20/2546	28 ตุลาคม 2546
69	หอพักสตรีจิวราทิ์	59 ซอยกุ่มกิล 6 ถ.ไผ่เตย ต.ห้วย จระเข้ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.0-3424- 3326	นายปรีชา ภูเกษแก้ว	20	20	21/2546	28 ตุลาคม 2546
70	หอพักชายป่าหววน	5/6 ม.5 ถ.มาลัย แมน ต.หนอง ปากโลง อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-9304	นาย ชานินทร์ ธนะ สุพรรณ	10	40	33/2546	31 ตุลาคม 2546
71	หอพักสตรีบ้านอุบลวรรณ	36/1 ถ.ราช มรรคาใน ต. พระปฐมเจดีย์ อ.เมืองฯจ. นครปฐม โทร. 0-3424-3918	นางวริดา เปียแก้ว (เจ้าของ) นางกษมา กำลูน เวสารัช (ผู้จัดการ)	20	40	2/2547	16 มีนาคม 2547

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
72	หอพักสตรีตรีปัญญา	128 ถ.คตกฤษ ต.ห้วยจรเข้ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3425-2962	นางกิม เปา ตรี ปัญญา	19	46	3/2547	26 พฤษภาคม ม 2547
73	หอพักหญิง ชยาภรณ์ แมนชั่น	245/22 ซอยราช วิถี 25 ถ.ราช วิถี ต.พระปฐม เจดีย์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3421- 0250-3	น.ส.ชยา ภรณ์ อมร สมานกุล	49	100	4/2547	26 พฤษภาคม ม 2547
74	หอพักชาย ริวัช	37/1-5 ซอย ทรงพล 3 ต. ทรงพล ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3421-8473	นางมานี ดา ชม ยินดี	5	20	5/2547	26 พฤษภาคม ม 2547
75	หอพักสตรี พี.อาร์	59/5 หมู่ 7 ซอยข้างราชภัฏ ถ.มาลัยแมน ต. หนองปากโลง อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3429-0900	นายสุ พจน์ ชูรัตน์ (เจ้าของ) นางอำพร ชูรัตน์ (ผู้จัดการ)	58	175	6/2547	26 พฤษภาคม ม 2547

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
76	หอพักชาย วีเจอพาร์ท เมนท์	54 ถ.จันทราคม พิทักษ์ ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3421-7021-8	นายวีระ วุฒิ จารุศิริ พจน์ (ผู้แทน ห้าง หุ้นส่วน จำกัด วีเจ อพาร์ท เมนท์)	68	204	10/254 7	20 กันยายน 2547
77	หอพักหญิง วีเจ อพาร์ท เมนท์	54 ถ.จันทราคม พิทักษ์ ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3421-7021-8	นายวีระ วุฒิ จารุศิริ พจน์ (ผู้แทน ห้าง หุ้นส่วน จำกัด วีเจ อพาร์ท เมนท์)	67	201	11/254 7	20 กันยายน 2547
78	หอพักสตรี พิบูลย์ศร	27/2 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.วังตะกั่ว อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3426-1401	นายสุพล ลิ้มชาโต อมตะ	29	80	14/254 7	18 พฤศจิกายน 2547

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
79	หอพักหญิงบ้านวิจิตร	135 ถ.ทรงพล ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3425-8189	นายพลวรรธ อู่ละพันธุ์ (เจ้าของ) นายสมชาย อู่ละพันธุ์ (ผู้จัดการ)	106	212	3/2548	4 เมษายน 2548
80	หอพักสตรีจันทคามคอร์ท	86 ถ.จันทคาม พิทักษ์ ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3421-9084	นางวงศา วิชากุล	16	32	4/2548	4 เมษายน 2548
81	หอพักหญิงหยกมณี	325/4 หมู่ 1 ถ.พระประโทน-บ้านแพ้ว ต.ดอนยายหอม อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3422-9749	นายสันตินันทรัง ประเสริฐ	36	93	11/2548 8	5 ตุลาคม 2548

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
82	หอพักสตรีบุญญานุช	32/3 หมู่ 1 ถ. วิทยาลัยแมน ต.วังตะกู อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-1615-1696	นางจริยา สักดิ์กุล	9	25	12/2548	5 ตุลาคม 2548
83	หอพักชายบัณฑิตขวัญ	134 ถ.ยิงเป้า ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3424-2148	นายนิติชัย รั้วรังสี	38	96	16/2548	5 ตุลาคม 2548
84	หอพักหญิงบ้านศิลป์	46 ถ.ราชมรรคา ใน ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3425-8001	นาย ประเสริฐ เตชะวิจิตร จารุ (ผู้แทนบริษัท สนามจันทร์เพเลส จำกัด)	130	300	18/2548	5 ตุลาคม 2548
85	หอพักชายพงษ์ธาดาเพเลส	3/1 ซอยยิงเป้า 4 ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3424-4330	นายสมบัติ พงษ์พานิชกุล (ผู้แทนบริษัทบ้านพงษ์ธาดา จำกัด)	58	174	1/2549	28 เมษายน 2549

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
86	หอพักหญิง พงษ์ธาดา เพลส	3/1 ซอยยิงเป้า4 ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3424-4330	นาย สมบัติ พงษ์ พานิชกุล (ผู้แทน บริษัท บ้านพงษ์ ธาดา จำกัด)	13	39	2/2549	28 เมษายน 2549
87	หอพักสตรี นิยมไทย อพาร์ทเมนท์	1/5 สนามจันทร์ ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0- 3427-0136-40	น.ส.สุวิมล นิยมไทย	70	140	3/2549	28 เมษายน 2549
88	หอพักชาย ชยาทิพย์ แมนชั่น	72/1 ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-6-3427- 3318-98	นายชัชกร บัณฑิตย์ ดำรงกุล (154	250	4/2549	28 เมษายน 2549
89	หอพักหญิง ชยาทิพย์ แมนชั่น	72/1 ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-6-3427- 3318-9	นายชัชกร บัณฑิตย์ ดำรงกุล (ผู้แทน บริษัทศศิ มาศ จำกัด)	154	250	5/2549	28 เมษายน 2549

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
90	หอพักชาย ถนนอมลีส อพาร์ท เมนท์	50/3 ซอยเชื่อม ดี ถ.มัลลีย์แมน ต.วังตะกั่ว อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3436-3180-1	น.ส.วรา พร ดีเลิศ	43	126	6/2549	28 เมษายน 2549
91	หอพักชายพี รพงษ์	28/20-23 ซอย เชื่อมดี ถ. มัลลีย์แมน ต. วังตะกั่ว อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3428-5887	พ.อ.อ.สุก มิตต์ ปมิตต์ศรี ถ	4	20	7/2549	28 เมษายน 2549
92	หอพัก ชายอัสชา นนท์ แมนชั่น	2/3 หมู่ 3 ต. นครปฐม อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-1942-0871	นายสุชาติ พุกบ้าน ยาง	15	55	8/2549	28 เมษายน 2549
93	หอพัก สตรีอัสชา นนท์ แมนชั่น	2/3 หมู่ 3 ต. นครปฐม อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-1942-0871	นายสุชาติ พุกบ้าน ยาง	34	120	9/2549	28 เมษายน 2549

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
94	หอพักชาย ราชมรรคา แมนชั่น	1/1 ซอยยาสุข 2 ถ.ราชมรรคา ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม	นายบุญชู กุชงค์ ประเวศ	16	32	11/254 9	28 เมษายน 2549
95	หอพักชาย จันทร์ พาลีส อพาร์ท เมนต์	1 ถ.ทางรถไฟ ตะวันตก ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 0-3436-3561-8	นางพร พรหม ขาวเกตุ	40	78	12/254 9	28 เมษายน 2549
96	หอพักหญิง สุรภา แมนชั่น	27 หมู่ 1 ถ. มาลัยแมน ต.วัง ตะกู อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร. 0-3436- 3161	นายสุวิทย์ ลิ้มชาโต อมตะ	79	237	1/2550	24 มกราคม 2550
97	หอพักสตรี อาพชา	297/11 ถ.พระ ประโทน-บ้าน แพ้ว ต.คอน ยายหอม อ.เมือง ฯ จ.นครปฐม โทร.034-229- 446	นายเอื้อ ด้วงพูล	40	80	1/2551	3 มกราคม 2551

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
98	หอพักชาย สนามจันทร์ แมนชั่น	111/1 ถ.สนาม จันทร์ ต.สนาม จันทร์ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.034-2273- 111	นายมานะชัย อัจฉริยานิช	39	80	2/2551	3 มกราคม 2551
99	หอพักชาย พลุทธิพงษ์	34 ถ.มาลัยแมน ต.วังตะกั่ว อ.เมือง ฯ จ.นครปฐม โทร.034-363- 251	นายฉัตร พลุทธิ พงศ์พันธุ์	10	25	9/2551	3 มกราคม 2551
100	หอพักชายพี แก้ว	59 หมู่ 7 ซอย ข้างราวัญญ์ ถ. มาลัยแมน ต. หนองปากโลง อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 034-285-141	นางสมศรี ชูรัตน์	15	15	6/2551	3 มกราคม 2551
101	หอพักหญิง เค.พี.โฮม	141 ถ.ทรงพล ต.สนามจันทร์ อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 034-255-304	นาย ปราโมทย์ กาญจนา พลุทธิ (ผู้ จัดตั้ง) นางรุ่งนภา นำเจริญลาภ (ผู้จัดการ)	54	120	3/2551	3 มกราคม 2551

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
102	หอพักชาย ป่าอรุณ	3/4-8 หมู่ 5 ซอยข้างราชภัฏ ถ.มัลลย์แมน ต. หนองปากโลง อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 034-254-132	นาย สมศักดิ์ เย็นสบาย	5	15	4/2551	3 มกราคม 2551
103	หอพักสตรี ป่าอรุณ	0/8/2551	สมศักดิ์ เย็นสบาย	15	15	5/2551	3 มกราคม 2551
104	หอพักสตรี ป่าจาง	67 ซอยเขื่อนคี ถ.มัลลย์แมน ต. วังตะกั่ว อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.034-244- 243	สมทรง ไร่เหนือ	7	10	8/2551	3 มกราคม 2551
105	หอพักชาย ดาวเงิน	71/3 หมู่ 1 ถ. มัลลย์แมน ต.วัง ตะกั่ว อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.081-944- 4929	นางวรา ภรณ์ กุล ดิลก	12	48	7/2551	3 มกราคม 2551
106	หอพักสตรี ดวงทอง เพลส	59/7 หมู่ 7 ซอยข้าง ราชภัฏ ถ.มัลลย์ แมน ต.หนองปาก โลง อ.เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.081- 868-3327	นางกวิศรา ดวงทอง (ผู้ จัดตั้ง) นางจวีวรรณ ธรรมธนจิตต์ (ผู้จัดการ)	73	180	10/2551	20 มกราคม 2551

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ที่	ชื่อหอพัก	สถานที่ตั้งหอพัก	เจ้าของ/ผู้จัดการ	จำนวนห้องพัก	จำนวนผู้พักอาศัย	เลขที่ใบอนุญาต	วันออกใบอนุญาต
107	หอพักสตรี ภูมิภัทรพงศ์	297/12 หมู่ 1 ตำบลคอนยาย หอม อ.เมืองฯ จ.นครปฐม โทร.086-506- 7986	น.ส.อารี ภรณ์ ภูมิภัทร พงศ์	180	320	11/255 1	20 มกราคม 2551
108	หอพักสตรี บ้านอิมอุ่น	41/2 ถ.จันทร คามพิทักษ์ ต. สนามจันทร์ อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร.0-3425- 3291	นายารุดี ศิริวิเชียร	28	80	12/255 1	20 มกราคม 2551
109	หอพักชาย ภัทรญา	116/4 หมู่ 3 ถ. เทิดพระเกียรติ ต.นครปฐม อ. เมืองฯ จ. นครปฐม โทร. 034-251-064 , 081-880-0173	นางปิย เรศ การ สมทรัพย์	27	54	1/2552	29 มกราคม 2552
รวมจำนวนผู้พักอาศัยในที่พักอาศัยประเภทให้เช่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม					9,580		



ภาคผนวก ข
การศึกษาความต้องการที่พักอาศัยประเภทให้เช่า กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

เลขที่.....

แบบสอบถาม
เรื่องการศึกษาความต้องการที่พิกาศัยประเภทให้เช่า
กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความต้องการที่พิกาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม
2. ศึกษาปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลกับความต้องการที่พิกาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
3. ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกับความต้องการที่พิกาศัยประเภทให้เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
4. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พิกาศัยประเภทให้เช่าของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน
 ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
 ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกเช่าที่พิกาศัย
 ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและการตัดสินใจเช่าที่พิกาศัย
 ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ
2. โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน
3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามในครั้งนี้จะเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น

ผลงานวิจัยนคคศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 36-40 ปี
 21 - 25 ปี 41- 45 ปี
 26 - 30 ปี 46-50 ปี
 31-35 ปี มากกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า ปริญญาโท
 มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ปริญญาเอก
 อนุปริญญา หรือ ปวส. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 ปริญญาตรี
4. อาชีพ รับราชการ เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักศึกษา
 พนักงานเอกชน อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. สถานภาพสมรส โสด หย่าร้าง
 สมรส แยกกันอยู่
 หม้าย อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. ภูมิลำเนา ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 ภาคกลาง ภาคใต้
 ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท
 10,001 – 15,000 บาท 20,001 บาทขึ้นไป
8. จำนวนสมาชิก พักคนเดียว พักมากกว่า 3 คน
 พัก 2 คน อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 พัก 3 คน

ส่วนของผู้วิจัย

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

6.....

7.....

8.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเลือกเช่าที่พักอาศัย

ส่วนของผู้วิจัย

9. ก่อนการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยในปัจจุบันท่านได้สำรวจเพื่อเปรียบเทียบที่พักอาศัยจำนวน
กี่แห่ง

9.....

- ไม่ได้เปรียบเทียบ เปรียบเทียบมากกว่า 3 แห่ง
 เปรียบเทียบ 2 แห่ง อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 เปรียบเทียบ 3 แห่ง

10. ประเภทที่พักอาศัยของท่านที่พักอยู่ในปัจจุบัน

10.....

- หอพัก บ้านเช่า
 อพาร์ทเมนต์ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อท่านมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย

11.....

- บิดา มารดา ครู
 ตัวท่านเอง เพื่อน
 สามเณร อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
 ภรรยา

12. ราคาเช่าต่อเดือนของที่พักอาศัยของท่านที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันอยู่ที่เท่าไร

12.....

- ต่ำกว่า 1,500 บาท 2,001 – 2,500 บาท
 1,501 – 2,000 บาท มากกว่า 2,500 บาท

13. ท่านพักอาศัยในที่อาศัยอยู่ปัจจุบันเป็นเวลานานเท่าใด

13.....

(กรณีที่มีการย้ายห้องพักให้นับรวมตั้งแต่การเช่าครั้งแรก)

- ต่ำกว่า 6 เดือน 1 ปี – 2 ปี
 6 เดือน – ไม่นเกิน 1 ปี มากกว่า 2 ปี

14. ท่านคิดว่าปัจจัยภายในที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยมากที่สุดคือ

14.....

- ห้องพักอาศัยคับแคบ ที่พักอาศัยไม่สะอาดและทรุดโทรม
 ค่าเช่าแพง อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
 ค่าน้ำ ค่าไฟแพง

15. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกที่เป็นสาเหตุทำให้ย้ายที่พักอาศัยมากที่สุดคือ

15.....

- สะดวกต่อการเดินทาง ใกล้ที่ทำงานใหม่
 มีบริการ Internet มีร้านอาหารใกล้ที่พัก
 ใกล้สถานที่ที่ช้อปปิ้ง อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

16. ในปัจจุบันการชำระค่าน้ำในแต่ละเดือนของท่านเป็นแบบใด

16.....

- แบบเหมาจ่าย อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 แบบคิดมิเตอร์แยก

7. ในปัจจุบันการชำระค่าไฟในแต่ละเดือนของท่านเป็นแบบใด

- แบบเหมาจ่าย อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 แบบคิดมิเตอร์แยก

18. ขนาดพื้นที่ห้องพักที่ท่านต้องการ.....ตารางเมตร

19. เหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ขนาดพื้นที่ ทำเลที่ตั้ง
 กิจกรรมทางการตลาด ชื่อเสียงของที่พักอาศัย
 การออกแบบและการก่อสร้าง อื่น ๆ (ระบุ).....
 ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสม

ส่วนของผู้วิจัย

17.....

18.....

19.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย

5 = สำคัญมากที่สุด 4 = สำคัญมาก 3 = สำคัญปานกลาง 2 = สำคัญน้อย 1 = สำคัญน้อยที่สุด

การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ก. ด้านลักษณะห้องเช่า					
20. รูปแบบความสวยงามของตึก					
21. รูปแบบความสวยงามของห้องพัก					
22. ความสะอาดของห้องพัก					
23. ขนาดของห้องพัก					
24. ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี					
25. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์					
26. ร้านขายของชำ ในบริเวณที่พัก					
27. ร้านอาหารในบริเวณที่พัก					
28. ร้านซักรีด / เครื่องซักผ้าอัตโนมัติในบริเวณที่พัก					
ข. ด้านราคา					
29. ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก					

20.....

21.....

22.....

23.....

24.....

25.....

26.....

27.....

28.....

29.....

การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย	ระดับการตัดสินใจ					ส่วนของผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
30. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า						30.....
31. การจ่ายค่ามัดจำ						31.....
32. ค่าประกันวัสดุภายในห้องพัก						32.....
33. การจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค						33.....
ค. ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม						
34. ที่พักใกล้ที่ทำงาน						34.....
35. สะดวกในการเดินทาง						35.....
36. ที่พักใกล้ตลาด ร้านอาหาร						36.....
37. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน						37.....
38. ความสะดวกในการจอดรถ / สถานจอดรถมีบริเวณกว้าง						38.....
39. สภาพแวดล้อมที่พัคดี อากาศถ่ายเทสะดวก						39.....
ง. ด้านการกระจายสินค้า						
40. การดูแลที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าของที่พักอาศัย						40.....
41. มาตรการรักษาความปลอดภัยต่างๆ						41.....
42. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจากเจ้าของที่พักอาศัย						42.....
43. ความสะดวกรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า						43.....
44. ความสะดวกในการจ่ายค่าเช่า						44.....
45. คำบอกเล่าจากคนรู้จัก						45.....
46. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักอาศัย						46.....
47. การมีป้ายโฆษณาชัดเจน						47.....
48. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต						48.....
49. มีกล่องวงจรปิดที่ทางเข้า - ออก						49.....
50. มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง						50.....
51. ทางเข้ามีระบบ Key - Card						51.....
จ. ด้านการส่งเสริมการขาย						
การโฆษณา						
52. หนังสือพิมพ์						52.....
53. แผ่นพับ						53.....
54. โทรทัศน์						54.....
55. วิทยู						55.....

การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย	ระดับการตัดสินใจ					ส่วนของผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
56. อินเทอร์เน็ต						56.....
57. นิตยสาร						57.....
การประชาสัมพันธ์						
58. การให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคม						58.....
59. การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางที่พักอาศัย						59.....
60. มีการพิมพ์ข่าวสารที่ที่พักอาศัย						60.....
การขายโดยพนักงาน						
61. บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน						61.....
62. ความสุภาพของพนักงาน						62.....
63. การให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ						63.....
การส่งเสริมการขาย						
64. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน						64.....
65. การมีของแจกตามที่พักก่อนเข้าพัก						65.....
66. การมีคู่มือซึ่งรางวัล						66.....
67. การให้ส่วนลดเป็นเงินสด						67.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดระบุข้อเสนอแนะ

.....

.....

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา



ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

แบบสอบถามความต้องการของลูกค้าที่มาร่วมงาน GH Bank Home Expo 2008 (18–21 ก.ย. 2551)

ขอสงวนสิทธิ์ในระยะเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ความคิดเห็นของท่านมีคุณค่าเพื่อ ขอสงวน. นำเสนอผลิตภัณฑ์ โปรโมชันให้สอดคล้องตรงตามความต้องการและเป็นที่ยังพอใจของท่านในโอกาสต่อไป

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ตรงคำตอบที่ต้องการ

1. ข้อมูลทั่วไป

- (1) เพศ : ชาย หญิง
- (2) อายุ ปี
- (3) การศึกษาสูงสุด : ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก อื่นๆ โปรดระบุ
- (4) สถานภาพ : โสด สมรส หย่าร้าง แยกกันอยู่ อื่นๆ โปรดระบุ
- (5) อาชีพ : ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ อื่นๆ โปรดระบุ
- (6) รายได้ต่อเดือนของท่าน : น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,000-30,000 บาท 30,000 บาทขึ้นไป
- (7) ค่าใช้จ่ายของท่าน : เฉลี่ยต่อเดือน บาท

2. ข้อมูลความต้องการ

- (8) สื่อใดมีผลต่อการตัดสินใจมาร่วมงานมหกรรมครั้งนี้ของท่าน
- วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ Internet ครอบครัว/เพื่อน/ญาติ อื่นๆ โปรดระบุ
- (9) ท่านได้จองสิทธิอะไรบ้างในงานมหกรรมครั้งนี้ (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ใช้บริการด้านสินเชื่อ | <input type="checkbox"/> ใช้บริการด้านเงินฝาก |
| <input type="checkbox"/> กู้ใหม่ และกู้เพิ่ม เพื่อซื้อ บล็อกสร้างต่อเติม ซ่อมแซม และถนอมงาน | <input type="checkbox"/> เงินฝากประจำ และตัวสัญญาใช้เงิน 12 เดือน |
| <input type="checkbox"/> กู้ใหม่ และกู้เพิ่ม เพื่อชำระหนี้ หรือซื้ออุปกรณ์ฯ | <input type="checkbox"/> เงินฝากประจำ และตัวสัญญาใช้เงิน 36 เดือน |
| <input type="checkbox"/> ขอสง. - กบข. 5 | <input type="checkbox"/> โครงการเงินฝาก |

วงเงินกู้ บาท

วงเงินฝาก บาท

ขอทรัพย์สินมือสอง

ไม่ได้ลงมือ

ประเภทบ้าน

เหตุผล

ประเภทคอนโดมิเนียม

ประเภททาวน์เฮาส์

ประเภทห้องแถวอาคาร

โปรดพลิก 

- (10) ปัจจัยที่มีผลให้ท่านตัดสินใจขอ **สินเชื่อ** (กรุณาเรียงลำดับปัจจัยที่ผลกับท่าน 3 อันดับแรก โดยใส่หมายเลข 1, 2, 3 ทางขวามือ)
- อัตราดอกเบี้ยต่ำ
 - ค่าใช้จ่ายประกอบการกู้ เช่น ค่าประเมินหลักประกัน ค่าธรรมเนียมการขอกู้ต่ำ
 - มีความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
 - เป็นธนาคารของรัฐที่มีความมั่นคง และเชี่ยวชาญเฉพาะด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย
 - มีสาขาหรือจุดให้บริการที่ติดต่อได้สะดวก
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- (11) ปัจจัยที่มีผลให้ท่านใช้บริการ **เงินฝาก** (กรุณาเรียงลำดับปัจจัยที่ผลกับท่าน 3 อันดับแรก โดยใส่หมายเลข 1,2,3 ทางขวามือ)
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง
 - ความรวดเร็วในการบริการ
 - เป็นธนาคารของรัฐที่มีความมั่นคง และคุ้มครองเงินฝากเต็มจำนวน
 - มีสาขาหรือจุดบริการที่ติดต่อได้สะดวก
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. ข้อมูลความพึงพอใจต่องาน GH Bank Home Expo 2008 และความต้องการโปรโมชันในอนาคต

- (12) ข้อคิดเห็นของท่านต่อโปรโมชันในงานมหกรรมนี้
- เหมาะสม ควรปรับปรุง (เหตุผล)
- (13) ท่านเห็นว่าการจัดรูปแบบการออกบูธของธนาคารมีความเหมาะสมหรือไม่
- เหมาะสม ควรปรับปรุง (เหตุผล)
- (14) ความเห็นเกี่ยวกับสถานที่จัดงานในครั้งนี้
- สะดวก ไม่สะดวก ข้อเสนอแนะสถานที่จัดงานในครั้งต่อไป ควรจัดที่.....
- (15) ท่านมีความเห็นเกี่ยวกับความสะดวกและรวดเร็วในการจองสิทธิอย่างไร
- ดีมาก ดี ปานกลาง น้อย ควรปรับปรุง (โปรดระบุ)

(16) ท่านสนใจให้ธนาคารจัดโปรโมชันแบบใดเพิ่มเติมในอนาคต (ท่านสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <p><input type="checkbox"/> บริการด้านสินเชื่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ลดอัตราดอกเบี้ยจากปกติ 1-2 % <input type="checkbox"/> อัตราดอกเบี้ย 0% ใน 3-6 เดือนแรก <input type="checkbox"/> ยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นกู้ <input type="checkbox"/> ลดค่าประเมินราคาหลักประกัน <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | <p><input type="checkbox"/> บริการด้านเงินฝาก</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> โปรโมชันอัตราดอกเบี้ย <input type="checkbox"/> ของที่ระลึก <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ <p><input type="checkbox"/> บริการทรัพย์สินมือสอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> โปรดระบุ |
|---|--|

- จับสลากชิงรางวัล** ประเภทรางวัลที่สนใจ แพคเกจท่องเที่ยว เงินรางวัล ทองคำ ซื้อบ้านดาวน์บ้านซื้อคอนโด

อื่น ๆ โปรดระบุ



ภาคผนวก
แบบสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัย บริษัทพร็อพเพอร์ตี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

แบบสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัย

ชื่อ สกุล วันเกิด เดือน พ.ศ.
 มือถือ โทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์ที่ทำงาน E-mai Address
 ที่อยู่เลขที่ หมู่ที่ หมู่บ้าน ซอย ถนน
 แขวง/ตำบล เขต/อำเภอ จังหวัด รหัสไปรษณีย์.....
 สถานที่ทำงาน ตั้งอยู่เลขที่ อาคาร ชั้นที่.....
 ซอย ถนน แขวง/ตำบล
 เขต/อำเภอ จังหวัด รหัสไปรษณีย์

1. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ท่านสนใจ

- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม ที่ดินเปล่า
 บ้านเดี่ยวชั้นเดียว บ้านแฝด อาคารพาณิชย์
 ให้สร้างบ้านบนที่ดินของลูก้า อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. งบประมาณในการซื้อบ้านหลังใหม่

- ไม่เกิน 1.0 ล้านบาท 1.1-1.5 ล้านบาท 1.6-2.0 ล้านบาท 2.1-2.5 ล้านบาท
 2.6-3.0 ล้านบาท 3.1-4.0 ล้านบาท 4.1-5.0 ล้านบาท 5.1-6.0 ล้านบาท
 6.1-8.0 ล้านบาท 8.1-10.0 ล้านบาท 10.1-15.0 ล้านบาท 15.1-20.0 ล้านบาท
 20.1-50.0 ล้านบาท มากกว่า 50.0 ล้านบาท

3. ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ

- ไม่เกิน 3 เดือน 3-6 เดือน 6 เดือน -1 ปี 1 ปีขึ้นไป

4. งบประมาณในการผ่อนชำระต่อเดือน

- ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท
 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท 40,001-60,000 บาท 60,001-80,000 บาท
 80,001-100,000 บาท 100,001-150,000 บาท มากกว่า 150,000 บาท ชำระเงินสด

5. ท่านเลือกรับบริเวณที่ท่านต้องการซื้อมากที่สุด

- รัตนาธิเบศร์ พระราม 5 บางใหญ่ แจ้งวัฒนะ
 รังสิต ดิวนนท์ รามคำแหง สุขุมวิท 77
 พัฒนาการ ร่มเกล้า เอกมัย-รามอินทรา สาทรตัดใหม่(ถ.กัลปพฤกษ์)
 ทำเลอื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ของท่านและผู้ร่วม ต่อเดือน

- ไม่เกิน 20,000 บาท 20,001-40,000 บาท 40,001-60,000 บาท 60,001-80,000 บาท
 80,001-100,000 บาท 100,001-150,000 บาท 150,001-200,000 บาท 200,001-500,000 บาท
 500,000 บาทขึ้นไป

7. ท่านเคยเข้าชมโครงการของ พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค หรือไม่

- เคยเข้าชมโครงการแล้วที่.....
 ยังไม่เคยเข้าชม นัดชมวันที่.....

8. ท่านต้องการให้ส่งเอกสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการหรือไม่

- ต้องการ ส่งที่ บ้าน ไม่ต้องการ ที่ทำงาน



ภาคผนวก จ
ความต้องการที่อยู่อาศัย กรณีศึกษา: ผู้ทำงานในสถานประกอบการเขตสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

แบบสอบถาม

เรื่อง ความต้องการที่อยู่อาศัย

กรณีศึกษา: ผู้ทำงานในสถานประกอบการเขตสามพราน จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ทำงานในเขตสามพราน
2. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ทำงานในเขตสามพราน
3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ทำงานในเขตสามพราน
4. ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกับความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย
5. ศึกษาปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลกับความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
 - ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย
 - ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย
 - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ
2. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว
3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามในครั้งนี้จะเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> รับราชการ	<input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ	
<input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พนักงานเอกชน	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)
5. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> แต่งงานแล้ว	
<input type="checkbox"/> หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> แยกกันอยู่	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)
6. งานอดิเรกที่ท่านทำอยู่ (เลือกมากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> ดูหนัง	<input type="checkbox"/> ฟังเพลง	<input type="checkbox"/> เล่นกีฬา
<input type="checkbox"/> อ่านหนังสือ	<input type="checkbox"/> ชื้อของ	<input type="checkbox"/> พักผ่อน
<input type="checkbox"/> สะสม	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)	
7. กิจกรรมที่ท่านชอบทำร่วมกับสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> ทำอาหาร	<input type="checkbox"/> เล่นกีฬา	<input type="checkbox"/> ดูหนัง
<input type="checkbox"/> อ่านหนังสือ	<input type="checkbox"/> จัดสวน	<input type="checkbox"/> ทานข้าวนอกบ้าน
<input type="checkbox"/> เที่ยว	<input type="checkbox"/> ทำบุญ	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)
8. รายได้ตนเองต่อเดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 20,001-30,000 บาท	
<input type="checkbox"/> 30,001-40,000 บาท	<input type="checkbox"/> 40,001-50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 50,001 บาทขึ้นไป
9. รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001-40,000 บาท	
<input type="checkbox"/> 40,001-50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 50,001-60,000 บาท	<input type="checkbox"/> 60,001 บาทขึ้นไป
10. จำนวนสมาชิกที่อาศัยกับท่านในบ้านหลังนี้

<input type="checkbox"/> 1-2 คน	<input type="checkbox"/> 3-4 คน	<input type="checkbox"/> 5-6 คน
<input type="checkbox"/> 7 คนขึ้นไป		
11. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ ณ. ที่อยู่ปัจจุบัน ปี เดือน
12. ปัญหาที่อยู่อาศัยปัจจุบันของท่าน
 1. 2.
 3. 4.

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย

13. ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

- บ้านเดี่ยว 1 ชั้น บ้านเดี่ยว 2 ชั้น บ้านแฝด
 ทาวน์เฮาส์ ตึกแถว อาคารชุด
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

14. สถานภาพการอยู่อาศัยในปัจจุบัน

- เป็นเจ้าของบ้าน เป็นบิดา-มารดา เป็นญาติ
 บ้านสวัสดิการ เช่า อื่น ๆ (โปรดระบุ)

15. ท่านมีโครงการจะซื้อที่อยู่อาศัยหลังใหม่หรือไม่

- ไม่มี มี ภายในระยะเวลา เดือน

16. ทำเลที่ท่านสนใจ

- ปริมณฑล - ถนนเพชรเกษม ปริมณฑล - ปิ่นเกล้านครชัยศรี
 ปริมณฑล - บางบัวทอง อื่น ๆ (โปรดระบุ)

17. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ท่านสนใจ

- ที่ดินเปล่า บ้านเดี่ยวชั้นเดียว บ้านเดี่ยวสองชั้น
 บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์
 อาคารชุด อื่น ๆ (โปรดระบุ)

18. ขนาดพื้นที่ดินที่ท่านต้องการ ตารางวา

19. ขนาดพื้นที่ใช้สอยที่ท่านต้องการ ตารางเมตร

20. จำนวนห้องที่ท่านต้องการ

- 2 นอน 2 น้ำ จอดรถ 1 คัน 3 นอน 3 น้ำ จอดรถ 2 คัน 3 นอน 3 น้ำ จอดรถ 3 คัน

21. ห้องที่ต้องการเพิ่ม

- ห้องพระ ห้องคนรับใช้ ห้องดูหนังฟังเพลง
 ห้องทำงาน/อ่านหนังสือ ห้องเก็บของ ห้องนอนสำหรับผู้สูงอายุ

22. ห้องอะไรที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ห้องรับแขก ห้องครัว ห้องนอน
 ห้องพระ ห้องน้ำ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

23. ห้องอะไรที่สมาชิกในครอบครัวจะอยู่รวมกันมากที่สุด

- ห้องนั่งเล่น ห้องรับแขก ห้องนอน
 ห้องพระ สวน อื่น ๆ (โปรดระบุ)

24. งบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัย

- ไม่เกิน 1,000,000 บาท 1,000,001-2,000,000 บาท
 2,000,001-3,000,000 บาท 3,000,001-4,000,000 บาท 4,000,001 บาทขึ้นไป

25. ระดับราคาที่ท่านสามารถผ่อนค่างานกับโครงการได้
- ไม่เกิน 200,000 บาท 200,001-300,000 บาท
- 300,001-400,000 บาท 400,001-500,000 บาท 500,001 บาทขึ้นไป
26. งบประมาณในการผ่อนชำระต่อเดือน
- ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 10,001-15,000 บาท
- 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 25,001-30,000 บาท
- 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 50,001 บาทขึ้นไป
- ซื้อเงินสด อื่น ๆ (โปรดระบุ)
27. แหล่งเงินที่ใช้ในการซื้อที่อยู่อาศัย
- เงินส่วนตัว เงินจากพ่อ - แม่
- สินเชื่อธนาคารทั้งหมด สินเชื่อธนาคารและเงินส่วนตัว
- สินเชื่อธนาคาร เงินส่วนตัว และเงินจากพ่อแม่
28. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย
- ไม่เกิน 3 เดือน 3-6 เดือน
- 6 เดือน-1 ปี มากกว่า 1 ปี
29. ปัจจุบันท่านมีสินเชื่อกับธนาคารหรือบริษัทเงินทุนหรือไม่
- ไม่มี (ข้ามไปข้อ 31.) มีเหลืออยู่อีก ปี
30. สินเชื่อที่มีอยู่เป็นสินเชื่อประเภทใด
- ที่อยู่อาศัย รถยนต์ บัตรเครดิต
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)
31. วัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย
- เพื่ออยู่อาศัย เพื่อความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน
- เพื่อการยอมรับ เพื่อเก็งกำไร เพื่อให้เช่า
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)
32. อะไรเป็นสาเหตุูงใจให้ท่านตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการแยกครอบครัว ใกล้ที่ทำงาน
- สิ่งแวดล้อมที่ดีไม่ดีขึ้น อยากมีที่อยู่เป็นของตนเอง ใกล้โรงเรียนบุตร
- สาธารณูปโภคและสาธารณูปการมีไม่เพียงพอกับความต้องการ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)
33. เหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ขนาดพื้นที่ การออกแบบ และการก่อสร้าง
- กิจกรรมทางการตลาด ทำเลที่ตั้ง ชื่อเสียงของโครงการ
- ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสม อื่น ๆ (โปรดระบุ)

34. จำนวนโครงการที่ท่านทำการเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อ

- 2 โครงการ 3 โครงการ
 4 โครงการ มากกว่า 4 โครงการ

35. ก่อนการตัดสินใจซื้อท่านต้องการเข้าชมบ้านตัวอย่างก่อนหรือไม่

- ต้องการ ไม่ต้องการ (ข้ามไปข้อ 37.)

36. จำนวนครั้งที่เข้าชมบ้านตัวอย่างก่อนตัดสินใจ

- 1 ครั้ง 2 ครั้ง
 3 ครั้ง 4 ครั้ง มากกว่า 4 ครั้ง

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกที่อยู่อาศัย (ท่านให้ความสนใจในปัจจัยเหล่านี้ในระดับใด)

ด้านผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
37. รูปแบบบ้าน/สไตล์					
38. คุณภาพวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง					
39. จำนวนห้องนอน					
40. จำนวนห้องน้ำ					
41. ขนาดพื้นที่ใช้สอย					
ด้านราคา					
42. ราคาบ้าน					
43. การวางเงินจอง					
44. การวางเงินทำสัญญา					
45. วางเงินดาวน์					
46. สถาบันทางการเงินที่มีให้กู้					
47. ระยะเวลาที่ให้ผ่อนชำระ					
48. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ					
49. ที่ตั้งโครงการอยู่ใจกลางเมือง					
50. เส้นทางคมนาคมสะดวก					
51. มีการตั้งบูธตามงานแสดงบ้านและที่ดิน					
52. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร					
53. มีแบบบ้านจำลองให้ชมหลายแบบ					
54. มีการตั้งบูธตามห้องสรรพสินค้า					

ด้านการส่งเสริมการขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การโฆษณา					
55. นิตยสาร					
56. หนังสือพิมพ์					
57. แผ่นพับ					
58. โทรทัศน์/วิทยุ					
59. แผ่นป้ายขนาดใหญ่					
60. อินเทอร์เน็ต					
61. ครอบครัว/ญาติ/เพื่อนสนิท					
การประชาสัมพันธ์					
62. มีการพิมพ์ข่าวสารโครงการ					
63. ให้การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคม					
64. การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางโครงการ					
การขายโดยพนักงานขาย					
65. บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย					
66. ความสุภาพของพนักงานขาย					
67. การให้คำปรึกษา และข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ					
การส่งเสริมการขาย					
68. การให้ส่วนลดเป็นเงินสด					
69. มีของแถมให้					
70. อยู่ฟรี					
71. ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน					
72. มีคู่มือ/ชิงรางวัล					
73. ลดอัตราดอกเบี้ยจากปกติ 1-2%					
74. อัตราดอกเบี้ย 0% ใน 3-6 เดือนแรก					
75. อัตราดอกเบี้ย 0% ใน 3-6 เดือนแรก					
76. ยกเว้นค่าธรรมเนียม					
77. ลดค่าประเมินราคาหลักประกัน					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดระบุถึงข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	N of			
Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	190.5667	626.3920	25.0278	48

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Item-total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1. รูปแบบความสวยงามของเด็ก	186.8000	610.2345	.5097	.9438
2. รูปแบบความสวยงามของห้องพัก	186.7000	607.6655	.3863	.9443
3. ความสะอาดของห้องพัก	186.0000	612.5517	.4805	.9440
4. ขนาดของห้องพัก	186.4667	591.9816	.6661	.9425
5. ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี	186.2000	595.2690	.6985	.9425
6. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์	186.7333	592.8920	.7047	.9424
7. ร้านขายของชำ ในบริเวณที่พัก	186.8333	589.9368	.7186	.9422
8. ร้านอาหารในบริเวณที่พัก	186.5667	590.8747	.7233	.9422
9. ร้านซักรีด / เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ในบริเวณที่พัก	187.0333	592.5851	.6243	.9428
10. ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก	186.2000	616.5103	.2625	.9448
11. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	187.0333	628.0333	-.0536	.9468
12. การจ่ายค่ามัดจำ	186.9333	622.5471	.0539	.9464
13. ค่าประกันวัสดุภายในห้องพัก	186.9667	613.7575	.2437	.9451

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
14.การจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค	186.6000	613.9724	.2776	.9448
15.ที่พักใกล้ที่ทำงาน	186.1333	607.1540	.4611	.9439
16.สะดวกในการเดินทาง	186.2000	594.1655	.6409	.9427
17.ที่พักใกล้ตลาด ร้านอาหาร	186.4667	586.8092	.8007	.9417
18.ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	187.7667	621.2195	.0479	.9476
19.ความสะดวกในการจอดรถ / ลานจอดรถมีบริเวณกว้าง	186.5000	608.5345	.4205	.9441
20.สภาพแวดล้อมที่พักดี อากาศถ่ายเทสะดวก	186.0333	608.7920	.5544	.9436
21.การดูแลที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าของ ที่พักอาศัย	186.3000	610.0793	.4315	.9440
22.มาตรการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ	185.9667	617.8264	.2648	.9447
23.การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจาก เจ้าของที่พักอาศัย	186.2667	604.8920	.5054	.9436
24.ความสะดวกรวดเร็วในการทำ สัญญาเช่า	186.3667	612.9299	.3958	.9442
25.ความสะดวกในการจ่ายค่าเช่า	186.4333	607.0816	.5612	.9435
26.คำบอกเล่าจากคนรู้จัก	186.8000	599.3379	.4636	.9439
27.ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักอาศัย	186.7000	595.5276	.6556	.9427
28.การมีป้ายโฆษณาชัดเจน	186.9333	587.7195	.7037	.9422
29.การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	187.0333	579.8954	.7825	.9415
30.มีกล้องวงจรปิดที่ทางเข้า – ออก	186.1333	605.0851	.4871	.9437
31.มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	186.1000	612.5759	.3440	.9444

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
32.ทางเข้ามีระบบ Key - Card	186.4333	592.5989	.5710	.9431
33.หนังสือพิมพ์	186.5000	602.0517	.4370	.9440
34.แผ่นพับ	187.2333	621.9092	.0547	.9468
35.โทรทัศน์	186.6333	574.1023	.8414	.9410
36.วิทยุ	187.0667	588.7540	.6405	.9426
37.อินเทอร์เน็ต	186.7000	573.3207	.7440	.9417
38.นิตยสาร	186.9667	582.8609	.7725	.9417
39.การให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคม	186.6667	605.8851	.4146	.9441
40.การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางที่พักอาศัย	186.9000	602.0241	.3847	.9446
41.มีการพิมพ์ข่าวสารที่ที่พักอาศัย	186.8333	610.0747	.3171	.9447
42.บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน	186.2667	596.4782	.8015	.9423
43.ความสุภาพของพนักงาน	186.1667	608.0057	.4417	.9440
44.การให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อช่วย ในการตัดสินใจ	186.3667	607.7575	.4291	.9440
45.ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	186.4000	597.1448	.5871	.9431
46.การมีของแจกตามที่พักก่อนเข้าพัก	186.7333	592.6851	.5228	.9435
47.การมีคู่มือซึ่งรางวัล	186.8667	581.4299	.7117	.9420
48.การให้ส่วนลดเป็นเงินสด	186.7000	585.4586	.6827	.9423

eliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 48

ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ Alpha = .9447

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	35.7667	36.3230	6.0269	9

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1. รูปแบบความสวยงามของเด็ก	32.0000	31.5862	.6174	.8858
2. รูปแบบความสวยงามของห้องพัก	31.9000	29.3345	.6019	.8851
3. ความสะอาดของห้องพัก	31.2000	31.7517	.6633	.8847
4. ขนาดของห้องพัก	31.6667	27.1954	.7519	.8724
5. ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี	31.4000	30.0414	.5627	.8878
6. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์	31.9333	28.0644	.7309	.8744
7. ร้านขายของชำ ในบริเวณที่พัก	32.0333	27.2747	.7565	.8719
8. ร้านอาหารในบริเวณที่พัก	31.7667	27.6333	.7477	.8728
9. ร้านซักรีด / เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ในบริเวณที่พัก	32.2333	28.8747	.5452	.8919

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 9

ค่าความเชื่อมั่นด้านลักษณะห้องเช่า Alpha = .8929

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	N of			
Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	19.1000	10.2310	3.1986	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1. ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก	14.7333	9.6506	.0144	.8350
2. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	15.5667	6.4609	.6071	.6637
3. การจ่ายค่ามัดจำ	15.4667	5.9126	.6468	.6444
4. ค่าประกันวัสดุภายในห้องพัก	15.5000	6.0517	.6803	.6316
5. การจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค	15.1333	6.7402	.6269	.6608

Reliability Coefficients

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

ค่าความเชื่อมั่นด้านราคา Alpha = .7463

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	N of			
Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	24.3000	13.5276	3.6780	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	19.8667	9.7057	.6194	.6114
2. สะดวกในการเดินทาง	19.9333	8.7540	.6383	.5892
3. ที่พักใกล้ตลาด ร้านอาหาร	20.2000	8.3724	.7236	.5577
4. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงสวนสนุก	21.5000	11.4310	.0223	.8414
5. ความสะดวกในการจอดรถ ลานจอดรถมีบริเวณกว้าง	20.2333	10.8057	.3743	.6784
6. สภาพแวดล้อมที่พักดี อากาศถ่ายเทสะดวก	19.7667	10.6678	.6000	.6371

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

ค่าความเชื่อมั่นด้านทำเลที่ตั้ง Alpha = .7009

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	49.3333	44.2989	6.6557	12

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1. การดูแลที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าของที่พักอาศัย	45.0667	38.7540	.5427	.8305
2. มาตรการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ	44.7333	41.4437	.3086	.8437
3. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจากเจ้าของที่พักอาศัย	45.0333	37.5506	.5899	.8264
4. ความสะดวกรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	45.1333	39.8437	.4786	.8350
5. ความสะดวกในการจ่ายค่าเช่า	45.2000	37.8897	.7086	.8220
6. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	45.5667	36.8747	.4451	.8389
7. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักอาศัย	45.4667	35.2920	.7301	.8144
8. การมีป้ายโฆษณาชัดเจน	45.7000	35.5966	.5721	.8270
9. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	45.8000	35.4759	.5190	.8330
10. มีกล้องวงจรปิดที่ทางเข้า - ออก	44.9000	37.8862	.5371	.8298
11. มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	44.8667	39.9816	.3785	.8403
12. ทางเข้ามีระบบ Key - Card	45.2000	36.4414	.4613	.8380

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 12

ค่าความเชื่อมั่นด้านการกระจายสินค้า Alpha = .8436

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

N of

Statistics for Mean Variance Std Dev Variables
 SCALE 62.0667 125.9954 11.2248 16

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1. หนังสือพิมพ์	58.0000	112.6207	.5322	.8955
2. แผ่นพับ	58.7333	121.0299	.1430	.9092
3. โทรทัศน์	58.1333	103.4989	.8174	.8843
4. วิทู	58.5667	108.3230	.6714	.8904
5. อินเทอร์เน็ต	58.2000	103.8897	.6870	.8898
6. นิตยสาร	58.4667	104.8092	.8583	.8835
7. การให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคม	58.1667	116.0747	.4353	.8984
8. การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางที่พักอาศัย	58.4000	113.9034	.4102	.9003
9. มีการพิมพ์ข่าวสารที่พักอาศัย	58.3333	117.3333	.3626	.9007
10. บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	57.7667	112.8747	.7883	.8901
11. ความสุภาพของพนักงาน	57.6667	117.3333	.4538	.8979
12. การให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อช่วย ในการตัดสินใจ	57.8667	115.7747	.5214	.8961
13. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	57.9000	113.5414	.5467	.8951
14. การมีของแจกตามที่พักก่อนเข้าพัก	58.2333	110.8747	.5091	.8968
15. การมีคู่มือชิงรางวัล	58.3667	104.0333	.7901	.8854
16. การให้ส่วนลดเป็นเงินสด	58.2000	107.6828	.6803	.8900

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 16

ค่าความเชื่อมั่นด้านการส่งเสริมการขาย $\text{Alpha} = .9002$ 

ผลงานวิจัยนักรศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวจิตาภา จิตรรักษา
ที่อยู่	9 หมู่ 6 ตำบลรางพิกุล อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140
ที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โทรศัพท์ (034) 351887
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจ วิชาเอกบัญชี จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
พ.ศ. 2551	ศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2543-2545	บริษัท แม็คโคร จำกัด ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่แคชเชียร์ และเจ้าหน้าที่ จัดเรียงสินค้าแผนกสินค้าเด็ก
พ.ศ. 2545-ปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา