

**การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์  
เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ,การวิเคราะห์ปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดและพฤติกรรม<sup>1</sup>**

**THE DECISION TO RENT APARTMENT TYPE HOUSING IN BANG PHLAT  
DISTRICT, BANGKOK, ANALYSIS OF MARKETING MIX FACTORS AND BEHAVIOR**

**กนกศิลป์ พุกผล<sup>2</sup>**

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาความสำคัญ การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ,การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม พฤติกรรมผู้เช่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภท อพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร งานนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เป็นเครื่องมือใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหา ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ค่าที ค่าเอฟ, ค่าแอลเอสดี และระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสถิติทดสอบพหุคูณ ในส่วนเรื่องของการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ใช้เงินลงทุนมาก ผู้วิจัยทำการศึกษาเพื่อให้งานวิจัยนี้ใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการนำไปใช้ในการสำหรับการลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจหรือวางแผนกลยุทธ์ที่ทำให้ ได้ในส่วนกำไรสูงสุด กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้มีประสบการณ์เช่าที่พักอาศัย หรือที่พักอาศัย ประเภทอพาร์ทเมนต์ สำหรับที่อยู่อาศัยในเขต บางพลัด กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7 P's รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ ด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรม มาเป็นกรอบแนวความคิด เพื่อใช้ในการศึกษาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยในเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรม ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ใน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาหลังจากวิเคราะห์ปัจจัยดังกล่าวแล้วพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยในเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการจัดการภายในและปัจจัยภายนอก ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด , การตัดสินใจ , การเช่าที่พักอาศัยผลการศึกษา พบว่า

---

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ เขต บางพลัด กรุงเทพมหานคร ,การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ  
คณะรัฐศาสตร์และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## Abstract

Objectives of this research To study the importance The decision to rent apartment-type housing in Bang Phlat District, Bangkok ,Analysis of marketing mix factors and behavior Tenant behavior Demographic information That affects the decision to rent accommodation, living in the apartment type, Bang Phlat District, Bangkok This work is a quantitative research using a questionnaire with a sample of 400 samples as a tool for collecting data. By analyzing the data by finding frequency, percentage, mean, and standard deviation . and inferential statistical analysis, t-value, F-value, LSD value and statistical significance level at 0.05 and multiple regression statistics. As for investing in this type of business, it takes a lot of money to invest. The researcher conducted the study in order for this research to be used as information. For entrepreneurs to use in Reducing business risks or planning strategies that Get the highest profit The population used in the study is people with experience in renting housing. or residence Apartment type for residences in Bang Phlat District, Bangkok The researcher took various factors including the 7 P's of the marketing mix as well as the concept of characteristics. Demography and behavior are used as a conceptual framework. For use in the study, used in factor analysis in the section Marketing mix, behavior that affects the decision to rent apartment-type housing in Bang Phlat District, Bangkok Results of the study after analyzing the aforementioned factors It was found that the factors affecting the decision to rent housing in Bang Phlat District Bangkok has 2 factors: internal management factors and external factors, respectively.

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จากการที่สังคมในประเทศไทยมีการพัฒนาทางด้านของการศึกษา การเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และวัฒนธรรมต่างๆจนทำให้เกิด การเคลื่อนย้ายของที่อยู่อาศัยตลอดเวลา ถ้าทางด้านเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตอย่างมาก จนทำให้เมืองขยายตัวและมีประชากรที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากจนส่งผลให้มีความหนาแน่น เกิดความต้องการเรื่องของการที่อยู่อาศัยตามมาเป็นจำนวนมากดูได้จาก ตามเมืองใหญ่ๆ และที่เห็นในรูปแบบมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยของที่อยู่อาศัย เช่น หอพัก แฟลต แมนชั่น อพาร์ทเมนต์ และ คอนโดมิเนียม

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองใหญ่ที่มีการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม จนทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของกลุ่มประชากรที่เดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก ทำให้ส่งผลกระทบต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมภายในเมือง และก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น ปัญหาด้านการจราจร ความเครียดของคนประชากรในเมืองใหญ่ ส่วนหนึ่งมากจากเรื่องของการเดินทางมาทำงาน

และเรื่องการเข้ามาศึกษาหาความรู้ เนื่องจากเมืองใหญ่ๆ จะมี ปัญหาเรื่องที่พักอาศัย การแก้ไขได้ดี คือ การหาที่อยู่อาศัยให้กับตัวเองและครอบครัวแต่ปัญหาด้านที่อยู่อาศัย คือ อสังหาริมทรัพย์ในเมืองใหญ่จะมีราคาสูงทำให้ยากที่จะซื้อหรือเป็นเจ้าของที่ดินได้ คนส่วนใหญ่จึงตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยระหว่างทำงานหรือระหว่างเรียน เนื่องจากตามเมืองใหญ่จะมีมหาวิทยาลัยเป็นจำนวนมาก ทำให้นักเรียนจากต่างจังหวัดจะเดินทางเข้ามาเรียน

อพาร์ทเมนต์ เป็นการทำธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของคนทำงานและกลุ่มนักเรียนต่างจังหวัดที่เข้ามาเรียน และต้องการหาที่พักอาศัยชั่วคราว เนื่องจาก ด้านราคาไม่สูง ปลอดภัย ทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน สะดวกต่อการเดินทาง อาคารแข็งแรง ผู้ดูแลมีความซื่อสัตย์ยุติธรรม และในอนาคตคาดว่าจะเกิดการแข่งขันในเรื่องการที่พักอาศัยประเภท อพาร์ทเมนต์ สูงเพราะเป็นธุรกิจที่มีปัญหาน้อยมาก

สรุปได้ว่า เรื่องการเช่าที่พักอาศัยประเภท อพาร์ทเมนต์ ในเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ควรมีการทำวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย รวมถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อให้ทราบข้อมูลในเรื่องปัญหาและแนวทาง แก้ไขและใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เช่า คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่สนใจเช่าที่พักอาศัยชั่วคราว หาวีธีเพื่อใช้ป้องกันปัญหากับสิ่งต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดในอนาคต ทำให้สามารถคาดคะเนการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ พฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการเช่า อพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัดกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาส่วนพฤติกรรมผู้เช่า และการตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัดกรุงเทพมหานคร

### คำถามในการวิจัย

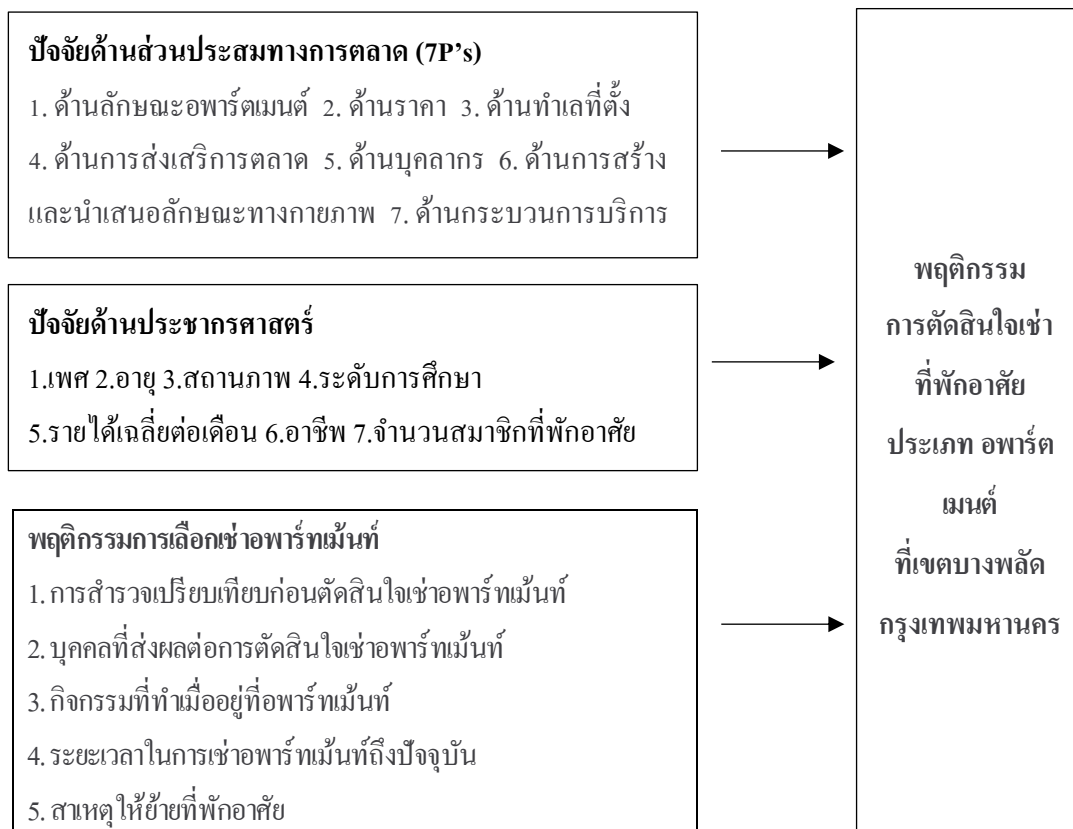
1. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้เช่า อพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร อย่างไร
2. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับข้อมูลของประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการเช่า อพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร อย่างไร
3. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกับการเช่า อพาร์ทเมนต์ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร อย่างไร

## แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ เขต บางพลัด กรุงเทพมหานคร , การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม” ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมายโดยมีประเด็นต่อไปนี้

1. แนวคิดและเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. แนวคิดและเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด(7P's)
4. แนวคิดประชากรศาสตร์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดงานวิจัย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ เขต บางพลัด กรุงเทพมหานคร , การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม มีวิธีการวิจัย ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ กลุ่มผู้เช่าที่พักอาศัย ในเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 87,475 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้เช่าที่พักอาศัย ในเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร คัดสรรโดย ใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1970) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ด้วยค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 เมื่อแทนค่าในสูตรของ Taro Yamane แล้วได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่าง

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย

1) ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด แบ่งออกเป็น 7 ข้อ

- 1.1) ด้านลักษณะอพาร์ทเมนต์
- 1.2) ด้านราคา
- 1.3) ด้านทำเลที่ตั้ง
- 1.4) ด้านส่งเสริมการตลาด
- 1.5) ด้านบุคลากร
- 1.6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
- 1.7) ด้านกระบวนการบริการ

2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ แบ่งออกเป็น 7 ข้อ

- 2.1) เพศ
- 2.2) อายุ
- 2.3) สถานภาพ
- 2.4) ระดับการศึกษา
- 2.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2.6) อาชีพ
- 2.7) จำนวนสมาชิกที่พัก

3) ปัจจัยพฤติกรรมการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน

- 3.1) การสำรวจเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์
- 3.2) บุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์
- 3.3) รากิจกรรมที่ทำเมื่ออยู่ที่อพาร์ทเมนต์
- 3.4) ระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนต์ถึงปัจจุบัน
- 3.5) สาเหตุให้ย้ายที่พักอาศัย

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกที่จะเช่าที่พักอาศัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าข้อมูลอ้างอิงจากหนังสือวารสารบทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์รายงานที่เกี่ยวข้องจากอดีตที่ผ่านมาและเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามให้เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมในการเช่าที่พัก จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดมีจำนวนคำถาม 35 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการตัดสินใจในการเลือกเช่าที่พักอาศัย ในบริเวณของพื้นที่เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร มีคำถาม 1 ข้อ

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายปิด วัดผลอันตรภาคชั้นแบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ

#### 4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

4.1 ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แนวคิด สำนวนภาษา และการใช้ข้อความที่ถูกต้องเหมาะสม ผู้วิจัยได้ทำการปรึกษาและสอบถามความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับคำถามแต่ละข้อ หลังจากนั้นจึงทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้เหมาะสม ก่อนนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือกับกลุ่มทดสอบ

4.2 ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) หลังจากปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Pilot test) กับกลุ่มทดสอบจำนวน 50 คน โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งจะยอมรับการทดสอบเมื่อมีค่า Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (กัลยา วาณิชขัยบัญชา, 2557) เพื่อสามารถสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการดังกล่าวได้ค่าดังนี้

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

| ตัวแปร                       | CRONBACH'S ALPHA | N OF ITEMS |
|------------------------------|------------------|------------|
| 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | 0.96             | 35         |
| ด้าน ลักษณะผลิตภัณฑ์         | 0.80             | 5          |
| ด้านราคา                     | 0.86             | 5          |

|                               |      |      |
|-------------------------------|------|------|
| ด้านทำเลที่ตั้ง               | 0.83 | 5    |
| ด้านส่งเสริมการตลาด           | 0.76 | 5    |
| ด้านบุคลากร                   | 0.89 | 5    |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ           | 0.89 | 5    |
| ด้านกระบวนการบริหาร           | 0.89 | 5    |
| 2. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย | 0.96 | 1-35 |

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ในการเก็บข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูลมี จำนวน 50 คน ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

5.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบประเมินชุดจริงที่ได้ ตรวจสอบคุณภาพแล้วให้แก่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับนำมาวิเคราะห์ต่อไป

5.2 ตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และนำคะแนนที่ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบและมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for Social Sciences) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

#### 1) วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1.1) การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ จำนวนสมาชิก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ และร้อยละ

1.2) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพฤติกรรม โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4) วิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยวิเคราะห์เนื้อหา แล้วนำมา

#### แจกแจงความถี่

การวัดระดับตัวแปรพิจารณาจากค่าเฉลี่ยคะแนนผู้ตอบแบบประเมิน แล้วนำค่าเฉลี่ยดังกล่าวมาแปลผลกับระดับของคะแนนที่ได้จากการหาจำนวนชั้นที่เท่า ๆ กัน โดยการนำค่าคะแนนคำถามที่สูงที่สุดในแบบประเมินลบกับค่าคะแนนที่น้อยที่สุดในแบบประเมิน และนำมาหารด้วยจำนวนชั้น จากนั้นแบ่งกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่ม (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545, หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 จัดอยู่ในกลุ่มระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 จัดอยู่ในกลุ่มระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 จัดอยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 จัดอยู่ในกลุ่มระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 จัดอยู่ในกลุ่มระดับน้อยที่สุด

## 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ประกอบด้วย

2.1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจะต้องมีค่า  $r$  ไม่เกิน 0.75

2.2) การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่มีอิทธิพลหรือสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรบุคลากรสังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้การแจกแจงแบบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variation : Anova) หรือ F-test เพื่อหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffé และโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

การแปลค่าความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.01 – 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์ต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.21 – 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.41 – 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.61 – 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูง

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.81 – 0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูงมาก

## ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ เขต บางพลัด กรุงเทพมหานคร, การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.50 มีอายุตั้งแต่ 21 – 30 ปี ร้อยละ 28.80 สถานภาพโสด ร้อยละ 75.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 71.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ร้อยละ 20,001 บาทขึ้นไป อาชีพ อิสระ/ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวนผู้ที่พักอาศัย 2 คน ร้อยละ 33.50

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ บุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เรียงลำดับ คือ ด้านกระบวนการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3 ในเรื่องการนำเสนอ



ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และสุดท้าย รูปแบบอาคารและห้องพักต้องมั่นคง และแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกเช่า อพาร์ทเมนต์ ประสิทธิภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้ที่ต้องการเช่าส่งผลกระทบต่อตัดสินใจ ร้อยละ 68.50 เรียงลำดับ ด้านสาเหตุที่ทำให้ย้าย ร้อยละ 61.50 เรียงลำดับ คือ การทำกิจกรรมนอกเหนือจากกิจวัตรประจำวัน ร้อยละ 58.0 เรียงลำดับ หาข้อมูลของสถานที่เปรียบเทียบมากกว่า 3 แห่ง ร้อยละ 49.0 ด้านระยะเวลาที่พักอาศัย ร้อยละ 33.50

4. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ จำนวนสมาชิกที่พักอาศัย มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าที่อาศัย มากที่สุด สรุปผลได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน โดยภาพรวมมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้าน อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ จำนวนสมาชิกที่พักอาศัย มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าที่อาศัย ที่ส่งผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยที่ ดังนั้นผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจลักษณะเดียวกัน ควรหาข้อแตกต่าง จากการดำเนินงานเพื่อจะดึงดูด ให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการให้มากขึ้น เช่น บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดีกับผู้ใช้บริการพร้อมทั้งแก้ไขมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรม มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าที่อาศัย มากที่สุด สรุปผลได้ว่า ผู้ใช้บริการหาข้อมูลด้านที่พักอาศัยด้วยตนเอง ทำให้ต้องเข้าไปสอบถามตามสถานที่หลายแหล่ง เพื่อสร้างความพอใจแก่ตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาการวิจัยนี้ การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ เขต บางพลัด กรุงเทพมหานคร , การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผู้เช่าจะทำการเช็คข้อมูลจากหลายสถานที่ และทำการเปรียบเทียบกับหลายสถานที่ โดยทำการเช็คเรื่องราคา ส่วนลด และ ของแถม
2. ได้ทำการรวบรวมข้อมูล และกระจายข้อมูล ผ่านช่องทางพวก social network ให้กลุ่มผู้สนใจ
3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ได้ประเด็นที่น่าสนใจ เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลที่ครบถ้วนครอบคลุมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

## บรรณานุกรม

Kotler, P. (1997). Marketing management : analysis, planning, implementation, and control (9th ed. ed.): Upper Saddle River (N.J.) : Prentice-Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994) . Consumer behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Orji & Goodhope. (2013). Major Classic consumer Buying Behavior Model: Implications for Marketing Decision-Making. Journal of Economics and Sustainable Development, 2013(4), pp. 164-172

Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). Principles of marketing (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

ประชาชาติธุรกิจ <https://www.prachachat.net/> มหาไทย ประกาศจำนวนประชากรสิ้นปี 2565 จังหวัดไหนมากที่สุด-น้อยสุด (prachachat.net) ,  
ข้อมูลทางกายภาพ - สำนักงานเขตบางพลัด (bangkok.go.th) ,  
ผู้จ้กย่านบางพลัดแบบเจาะลึก (ddproperty.com)

Hana and Wozniak (2001) และ Shiffman and Kanuk (2003). Consumer behavior. NEW Jersey : Prentice Hall.

Hoyer and Macinnis (2010). Consumer behavior (5th ed.). Ohio: South-Western Cengage Learning.

McDaniel, C. Lamb, C & Hair, J .(2012). MKTG 6: With Cases 6th ed. Boston Cengage Learning

Blackwell, Roger, Miniard, Paul and Engel, James. (2006). Consumer Behavior. Tenth Edition. Thomson South-Western.

Solomon, M. R. (2018). Consumer behavior : Buying, having, and being (12th ed). Boston :Pearson.

ศศิอริยา แสงทรัพย์. (2561). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของ ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University, 5(2), 30-44.

พรทิพย์ เฟื่องหนู,และคณะ (2563). สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

การบริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่ม คอยคำ ในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ  
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 7(1), 78-96.

ราช ศิริวัฒน์. (2560). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. [ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์]  
ชีษตา โรจนอาภา ( 2565 ) กลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาคนโคมิเนียมเชิง  
พาณิชย์: มุมมองของผู้บริโภค (Thaninrath Wonggotwarin และ Seongdok Kim  
(2560)

ชูชัย สมทิธิไกร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์พระกมล ล้อมโรจน์นุกุล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของ  
ห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วุฒิ สุขเจริญ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) (พิมพ์ครั้งที่ 2).  
กรุงเทพฯ :จี.พี. ไซเบอร์พริ้นท์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2559).  
หลักการตลาด (Principles of marketing) (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ :ผู้แต่ง

จิตสุภา นิมิตรพรวัชชัย. (2559). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเช่า  
ห้องพักของนักศึกษา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกรุงเทพ. สารนิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกริก.

ปรัชญาภรณ์ เพไธ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของ  
ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของ  
สถาบันการเงิน. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา  
บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร, มหาวิทยาลัยบูรพา

กฤษฎี ชนะชัย. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสารสกัดใบบัวบก

บุญญาภา นาคสินธุ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่มีความสำคัญต่อ