

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์  
ในย่านรามคำแหง 2

สารนิพนธ์  
ของ  
ศรัชัย จอมคำ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
พฤษภาคม 2553

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์  
ในย่านรามคำแหง 2

สารนิพนธ์  
ของ  
ศรชัย จอมคำ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์  
ในย่านรามคำแหง 2

บทคัดย่อ  
ของ  
ศรชัย จอมคำ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
พฤษภาคม 2553

ศรชัย จอมคำ. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2*.

สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อ.สันติ เต็มประเสริฐสกุล.

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ซึ่งตัวแปรอิสระได้แก่ ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น งานวิจัยนี้ใช้วิธีสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ไค-สแควร์ ( $\chi^2$  - test) และหาค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V และ Somer' D

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(54.8%) อายุ 21-30 ปี (62.2%) มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (53.5%) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (58.3%) รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (46.8%) และสถานภาพทางการสมรสโสด (56.8%) การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการทำกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีระดับความสนใจโดยรวมในระดับปานกลาง และมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก 2 คน (49.0%) เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์คือความปลอดภัย ใกล้ที่ทำงาน, สถานศึกษา (32.5%) ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าคือ เพื่อน (30.8%) และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์คือ 1 ปีขึ้นไป (49.5%)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น รายได้ต่อเดือน สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพและรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือนสถานภาพทางการสมรส มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ และอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับ เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ และอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์

FACTORS AFFECTING BEHAVIOR TOWARD  
APARTMENT RENTING IN RAMKHAMHAENG 2

AN ABSTRACT  
BY  
SORNCHAI JOMKAM

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration Degree in Marketing  
at Srinakharinwirot University

May 2010

Sornchai Jomkam. (2010). *Factors Affecting Behavior Toward Apartment Renting In Ramkhamhaeng 2*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University, And Project Advisor: Santi Termprasertsakul.

This research aims at investigating apartment renting behavior in Ramkhamhaeng 2 Bangkok. The independent variables are included the socio-demographic characteristics and the lifestyle characteristics regarding activities, interests and opinions. The sample of 400 tenants who rent an apartment in Ramkhamhaeng 2 and is selected by non-probability sampling. Self-administered questionnaire is an instrument to collect data. Data are analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation and chi-square test; Cramer's V and Somers' D.

Results: most respondents are females, singles, aged 21-30, and private company employees, their educations were below bachelor's degree, and monthly incomes are below 10,000 THB. Most of respondents' lifestyle activities were at medium level, lifestyle interests were at medium level and lifestyle opinions at high level. Renting behavior of respondents prefer to rent a room with another person, they concern about safety, near the workplace or school, they are influenced in their renting decision by their friends They also stay in that room for more 1 year.

Results of hypotheses tests at statistically significant level of 0.05 are:

1. Personal characteristics of monthly income and marital status are associated with number of people renting the room. Gender, age, education, occupation and income are associated with reasons for renting. Age, education, occupation, income and marital status are associated with people influencing renting decision of and with duration of renting. The personal characteristics not mentioned above are not associated with apartment renting behavior in Ramkhamhaeng 2.

2. Lifestyle activities, interests and opinions are associated with number of people renting the room. Lifestyle activities are also associated with reasons for renting, people influencing the decision of renting and duration of renting. Lifestyle interests are associated with people influencing the decision of renting. Other lifestyle characteristics are not associated with apartment renting behavior in Ramkhamhaeng 2.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์  
ในย่านรามคำแหง 2

สารนิพนธ์  
ของ  
ศรัชัย จอมคำ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ  
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเข้าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2  
ของ ศรชัย จอมคำ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(อาจารย์สันติ เต็มประเสริฐสกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน  
(อาจารย์สันติ เต็มประเสริฐสกุล)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(อาจารย์ ผศ.ภัทราพร จิตสร้างบุญ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. 2553

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์สันติ เต็มประเสริฐสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ปรึกษา และข้อแนะนำต่างๆ ตลอดจนการแก้ไข ปรับปรุง ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนสำเร็จทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อ.ดร.พนิต กุลศิริ และ ผ.ศ.ภัทราพร จิตสร้างบุญ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ อ.ดร.พนิต กุลศิริ อ.ปัญญา มีถาวรกุล ผ.ศ.ภัทราพร จิตสร้างบุญ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์และให้คำแนะนำเพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไข อันเป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนอุปสรรคการณที่ดีแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งความช่วยเหลือ เมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถามที่มีส่วนสำคัญในการทำงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้เกี่ยวข้อง และเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา ผู้ให้โอกาสในการศึกษาที่ดี ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัยกระทั่งประสบความสำเร็จในครั้งนี้

ศรัทธยา จอมคำ

# สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	9
แนวความคิดด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	11
ทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	18
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	24
ลักษณะของบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	33
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	40

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>44</b>
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
<b>5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>107</b>
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	107
ความสำคัญของการวิจัย.....	107
สมมติฐานการวิจัย.....	107
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	108
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	109
วิธีการเก็บข้อมูล.....	110
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	111
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	112
อภิปรายผลการศึกษา.....	117
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	122
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	123
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>124</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>127</b>
ภาคผนวก ก.....	128
ภาคผนวก ข.....	134
<b>ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....</b>	<b>137</b>

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ที่แสดงลักษณะแบบการดำเนินชีวิต.....	12
2 แสดงแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค.....	15
3 แสดงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle หรือ AIOs) และลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographics).....	16
4 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
5 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่.....	48
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม.....	50
7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ.....	51
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น.....	53
9 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2.....	55
10 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่.....	58
11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก.....	59
12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์.....	60
13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีโอกาสในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์.....	62
14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนต์.....	63
15 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก.....	64
16 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์.....	65
17 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีโอกาสในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์.....	66
18 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนต์.....	67
19 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก.....	69

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์.....	70
21 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์.....	71
22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	73
23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก.....	74
24 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	75
25 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	77
26 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	78
27 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก.....	79
28 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์.....	81
29 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	82
30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	83
31 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก.....	85
32 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์.....	86
33 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับผู้มีอิทธิพลในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์.....	87
34 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	89
35 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับจำนวนคนที่พักอาศัย ในห้องพัก.....	90
36 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับเหตุผลสำคัญที่สุด ในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	92
37 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับผู้มีอิทธิพลในการ เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	93

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับระยะเวลา ในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	95
39 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับจำนวนคน ที่พักอาศัยในห้องพัก.....	96
40 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับเหตุผล สำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	98
41 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับผู้มีโอกาส ในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	99
42 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับระยะเวลา ในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	100
43 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับจำนวนคน ที่พักอาศัยในห้องพัก.....	102
44 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับเหตุผล สำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	103
45 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับผู้มี อิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์.....	104
46 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับระยะเวลา ในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	105
47 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	106

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	7
2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Buyer/Consumer Behavior และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	23

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

ปัจจัยสำคัญพื้นฐานของมนุษย์ 4 ประการ อันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค สิ่งเหล่านี้นับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างที่สุดทั้งด้านภาวะร่างกายและภาวะจิตใจ ที่ทำให้มนุษย์มีความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัยและสมบูรณ์ในระดับเบื้องต้น ซึ่งจะทำให้สามารถพัฒนาศักยภาพของตนขึ้นไปสู่ความสำคัญในระดับอื่น ๆ ได้โดยไม่ยาก ที่อยู่อาศัยอาจถือเป็นความสำคัญสูงสุดอย่างหนึ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องการไม่แพ้ปัจจัยอื่น ๆ เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่พักผ่อนอีกทั้งยังช่วยสำหรับป้องกันภัยจากสิ่งต่าง ๆ ทั้งจากมนุษย์ด้วยกันเอง และจากธรรมชาติ

บรรดาที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นสิ่งปลูกสร้างที่ดูเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมหรือพื้นที่ที่จำกัดในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด และผู้อยู่อาศัยสามารถเข้าพักได้อย่างสะดวกสบาย โดยมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน คงเป็นที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด หรือ ธุรกิจห้องพักอาศัยให้เช่า เนื่องจากเป็นอาคารสูงซึ่งสามารถรองรับจำนวนผู้คนได้มาก รวมทั้งสะดวก รวดเร็ว และลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมต่าง ๆ จึงทำให้เป็นที่นิยมของคนทุกระดับและทุกอาชีพ โดยเฉพาะนิสิตนักศึกษา รวมถึงคนที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดเพื่อเข้ามาทำงานเลี้ยงชีพและส่งเสียเงินทองให้แก่ครอบครัวของตนเอง โดยผู้ที่เข้ามาพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนิสิตนักศึกษาที่เดินทางมาจากต่างถิ่นเพื่อที่จะศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรืออาจจะจบจากการศึกษาแล้วก็หางานทำในพื้นที่ที่ตนเองได้สำเร็จการศึกษาเนื่องจากเป็นการสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการหางานและที่พักอาศัยใหม่เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก่อนการเข้าอยู่อาศัยรวมทั้งคนที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดเพื่อที่จะหางานทำส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทและอื่น ๆ และการพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ก็จะทำให้ผู้พักอาศัยเกิดความสะดวกสบาย ปลอดภัยเนื่องจากมีระบบการป้องกันรักษาความปลอดภัยที่ดีต่อชีวิตและทรัพย์สินเมื่อเทียบกับการไปเช่าห้องแถวหรือบ้านเช่าที่เป็นหลังรวมถึงห้องมีขนาดเล็กไม่ใหญ่โตแต่มีพื้นที่ใช้สอยสะดวกสบาย ทำความสะอาดง่ายและมีบริการทางด้านสาธารณูปโภคที่ดีด้วย

กลุ่มนิสิตนักศึกษาและคนทำงานถือเป็นลูกค้ากลุ่มสำคัญของธุรกิจที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ อันเป็นผลมาจากมาตรการการส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาล พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 (วรรณวลัย อัครวณิชกุล, 2550) ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มหันมาลงทุนก่อสร้างอาคารสูงอาคารสำนักงานให้เช่า อาคารเพื่อการพาณิชย์ ธุรกิจบริการอพาร์ทเมนท์ให้เช่า และกฎหมายบังคับให้

อาคารชุดต้องมี “ผู้จัดการอาคารชุด” เป็นผู้บริหารจัดการอาคาร ทำให้ “ธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุด” หรือ ธุรกิจห้องพักอาศัยให้เช่า เริ่มมีผู้สนใจเข้ามาดำเนินการนับตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 เป็นต้นมา

โดยภาพรวมของธุรกิจอพาร์ทเมนท์ในประเทศไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากเนื่องจากยังมีนักเรียน นิสิต นักศึกษา และกลุ่มคนจากต่างจังหวัดทั่วทุกภูมิภาคเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานครมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการห้องพักเพิ่มสูงขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ คือ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษาที่เข้ามาทำการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และกลุ่มคนที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดเพื่อเข้ามาหางานทำหรือเข้ามาติดต่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา ใช้เวลาทำงานในระยะสั้นหรือภายใน 3 เดือน จึงทำให้สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายลงได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัจจัยทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแนวโน้มกลุ่มลูกค้าห้องชุดพักอาศัยให้เช่าที่เป็นกลุ่มลูกค้าระยะสั้นและระยะกลางจะมีสัดส่วนสูงขึ้น ในขณะที่ลูกค้าระยะยาวมีสัดส่วนคงเดิม

อพาร์ทเมนท์ถือเป็นที่พักอาศัยที่มีจุดเด่นทั้งทางด้านทำเลที่ตั้งลักษณะของโครงการ และการบริการโดย เน้นการให้บริการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายระดับกลางครอบคลุมกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน ในย่านรามคำแหง 2 เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของแหล่งสถาบันการศึกษา แหล่งโรงงานอุตสาหกรรม อีกทั้งโครงการยังตั้งอยู่ไม่ไกลสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งทางด้านคมนาคม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งย่านรามคำแหง 2 สามารถเดินทางเข้าสู่ใจกลางเมืองโดยรถโดยสารประจำทางหลายสาย และยังสามารถเดินทางออกไปยังต่างจังหวัดได้อย่างสะดวกสบายอีกด้วย ในส่วนของห้องพักแต่ละโครงการการออกแบบสวยงามได้มาตรฐานและราคาเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ตัวโครงการยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกคุณภาพอยู่ในระดับดีพร้อมสรรพเพื่อบริการแก่ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ตลาดขายอาหารสำเร็จรูปอาหารพร้อมทาน ตลาดผัก-ผลไม้ ตลาดแฟชั่น สวนสาธารณะสำหรับออกกำลังกายและเดินเล่น สนามกีฬา และที่จอดรถ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยอย่างดี

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์สามารถนำไปใช้ในการบริหารงานในอนาคตให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อเป็นการพัฒนาข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่า อพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ในประเด็นต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีต่อพฤติกรรมการเช่า อพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
3. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

## ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลของผู้พักอาศัยในเรื่องปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพทางการสมรสที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต เช่น กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
3. เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการศึกษาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ในอนาคต โดยสามารถออกแบบบริการให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ รวมถึงเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาในโอกาสต่อไป

## ขอบเขตการวิจัย

### เนื้อหาของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2 แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์

อุดมศรี. 2542:104) ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน (เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถาม จึงเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คน) จำนวนรวม 400 คน สามารถสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถาม ณ บริเวณอพาร์ทเมนท์ทั้งหมด 6 แห่งดังนี้ คือ (1) นัมเบอร์วันอพาร์ทเมนท์ (2) นีรันดร์อพาร์ทเมนท์ (3) ปิยะโรจน์อพาร์ทเมนท์ (4) ศิริพงษ์อพาร์ทเมนท์ (5) เอเชียอพาร์ทเมนท์ (6) มายไฮมอพาร์ทเมนท์

### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ในการศึกษาครั้งนี้ว่าครั้งนี้มุ่งศึกษาตัวแปรอิสระ คือ

1.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

1) ชาย

2) หญิง

1.1.2 อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี

2) 20-29 ปี

3) 30-39 ปี

4) 40-49 ปี

5) 50 ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

1) นักเรียน/นักศึกษา

2) พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง

3) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4) ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ

5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

### 1.1.5 รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 2) 10,001 – 20,000 บาท
- 3) 20,001 – 30,000 บาท
- 4) 30,001 – 40,000 บาท
- 5) 40,001 – 50,000 บาท
- 6) 50,001 บาทขึ้นไป

### 1.1.6 สถานภาพทางการสมรส

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

## 1.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่

- 1.2.1 กิจกรรม (Activities)
- 1.2.2 ความสนใจ (Interests)
- 1.2.3 ความคิดเห็น (Opinions)

## 2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรวมค่าแห่ง 2

### คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. **อพาร์ทเมนท์ (Apartment)** หมายถึง อาคารพักอาศัยเพื่อเช่า ซึ่งจะเป็นที่พักอาศัยหรืออาคารที่พักอาศัยที่ผู้อยู่อาศัยต้องเช่าพักเท่านั้น โดยกรรมสิทธิ์ทั้งผืนดินและทั้งอาคารนั้นเป็นของเจ้าของคนเดียว และทุกคนที่อาศัยในอาคารนั้นต้องปฏิบัติตามในกฎระเบียบที่อพาร์ทเมนท์กำหนด นอกจากนี้แล้วระยะเวลาการเช่าพักก็จะมีกำหนดที่แน่นอน มีลักษณะเป็นตึกซึ่งแบ่งเป็นห้องอยู่อาศัยจำนวนหลายห้องแล้วแต่ขนาด อาศัยอยู่กันหลายครอบครัว มีทางเข้าออก ทางขึ้น ทางลง ทางเดิน และส่วนอื่น ๆ ร่วมกัน ส่วนมากเป็นอาคารชุดระดับล่าง

2. **พฤติกรรม** หมายถึง การเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัย ประกอบด้วย จำนวนบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยกัน เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัย

3. **เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์** หมายถึง เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ผู้เช่าใช้ประกอบการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยอยู่ในย่านรามคำแหง 2 ประกอบด้วย ขนาดความกว้างของห้องพัก ราคาถูก การเดินทางสะดวก การให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ใกล้ที่ทำงาน ใกล้สถานศึกษา และอื่นๆ

4. **ผู้เช่า** หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยโดยอาศัยอยู่ในย่านรามคำแหง 2

5. **รูปแบบการดำเนินชีวิต** หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกในรูปแบบต่างๆ ในแต่ละวันที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของคนนั้นๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละวัน ได้แก่

กิจกรรม (Activities) หมายถึง การแสดงออกอย่างเด่นชัด ในด้านงานอดิเรกในบ้าน เช่น การดูแลทำความสะอาดบ้านให้สะอาดอยู่เสมอ และนอกบ้านคือการไปพักผ่อนหรือท่องเที่ยวต่างจังหวัด เช่น การท่องเที่ยวทะเล ด้านการบันเทิงทั้งในบ้าน เช่น การดูโทรทัศน์ ฟังเพลง และนอกบ้าน เช่น ชมภาพยนตร์ เที่ยวดิสนีย์แลนด์ รับประทานอาหารไอเกะ ด้านการเล่นกีฬาทั้งประเภทที่ต้องมีผู้เล่นเป็นทีมและที่ต้องเล่นเพียงคนเดียว

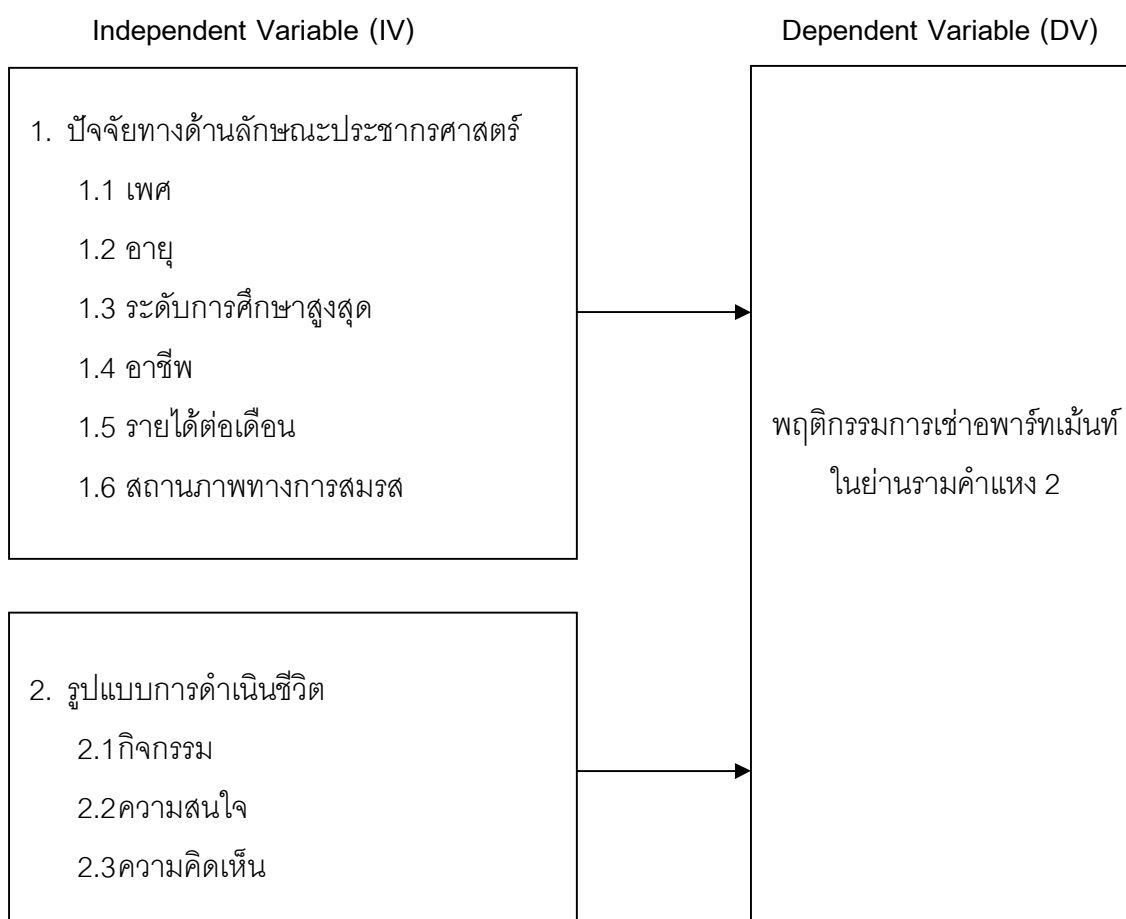
ความสนใจ (Interests) หมายถึง ความสนใจ เกี่ยวกับอาหาร เช่น บริเวณที่พักมีร้านอาหารอย่างเพียงพอ หรือชอบที่จะประกอบอาหารเพื่อรับประทานเอง ด้านแฟชั่น เช่น การออกแบบลักษณะตึกของอาคารที่พัก และการออกแบบภายในห้องพักให้ดูทันสมัย สวยงาม และมีพื้นที่ใช้สอยมาก ด้านความสำเร็จ เช่น การให้ความสนใจที่จะลงมือปฏิบัติหรือลงมือทำมากกว่าเป็นนักคิด และให้ความสนใจการประสบความสำเร็จถือเป็นเรื่องใหญ่กว่าการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เป็นอย่างมาก

ความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง เป็นคำตอบของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น รวมถึงความคาดหวังต่อเหตุการณ์ในอนาคต ในด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ชอบพักห้องพักที่มีบรรยากาศเงียบสงบ ไม่มีเสียงดังรบกวน หรือชอบพักห้องพักที่มีบรรยากาศครึกครื้น สามารถ พบปะพูดคุย และสังสรรค์กับเพื่อนบ้านได้ตลอดเวลา ด้านความสัมพันธ์ส่วนตัว/ต่อตัวเองคือสามารถปฏิบัติตามและยอมรับกฎระเบียบของที่พัก เช่น ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยง ห้ามส่งเสียงดัง ห้ามใช้หรือมั่วสุมยาเสพติด และสามารถสนทนา สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนบ้านได้ ด้านอนาคต เช่น ในอนาคตสามารถยอมรับได้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ สำหรับผู้พักอาศัย และในอนาคตเมื่ออายุมากขึ้นจะยังคงเช่าอพาร์ทเมนท์ เพื่อเป็นที่พักอาศัยต่อไป

6. **ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์** หมายถึง ข้อมูลที่เป็นลักษณะเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพทางการสมรส

## กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการศึกษาทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถแสดงกรอบแนวคิดเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ได้โดยรายละเอียดดังแสดงในภาพประกอบดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
2. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
3. ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
4. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
5. รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
6. สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
7. รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
8. รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
9. รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษางานวิจัยได้รวบรวมและค้นคว้าข้อมูล ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 มา เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวความคิดด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต
3. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค
4. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ
5. ลักษณะของบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคม แต่ละภูมิภาค และระดับโลก นอกจากนี้ยังศึกษาเกี่ยวกับการกระจายตัวในด้านพื้นที่ของประชากรตลอดจน องค์ประกอบต่างๆ ทางประชากร รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในจำนวนคน การกระจายตัวของคน และองค์ประกอบต่างๆ ของประชากรด้วย ซึ่งขึ้นอยู่กับ การเจริญพันธุ์ การตาย การอพยพหรือการย้ายถิ่น และการเคลื่อนย้ายสังคม (ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์. 2543: 2)

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2529: 312-315) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้รับสารที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป โดยมีความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ

1) เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชาย และเพศหญิงที่ต่างกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่นพบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงคราม และโจรกรรมมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุดแต่มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่าชายและหญิงที่การสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน

2) อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่อายุต่างกันให้เชื่อฟัง หรือเปลี่ยนทัศนคติหรือเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟังให้เปลี่ยนทัศนคติและเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น การวิจัยโดย ซี.แมเปิล (C.Maple) และไอ แอล เจนิส และ ดีเรฟี่ (I.L.Janis and D.Rife) ได้

ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่าการชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ของข่าวสารและสื่ออีกด้วย เช่น ภาษาที่ใช้ในวัยต่างกัน ก็ยังมีความต่างกัน โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุเป็นต้น

3) การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสารดังกล่าวงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ว่าการศึกษาของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสารไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

4) ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึงอาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องได้พิสูจน์แล้วว่าฐานะทางสังคมและ เศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของคน

5) สถานภาพสมรส (Marital Status) สุภาภรณ์ พลนิกร (2548: 28-31) การแบ่งส่วนการตลาด (Market segmentation) อาจนำสถานภาพสมรส มาพิจารณาประกอบกับรายได้ หรือพิจารณาร่วมกับรายได้และลักษณะการซื้อ

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538: 41)

คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน (ประมวศตะเวทิน. 2533: 112) โดยวิเคราะห์จากปัจจัยดังนี้

1) เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือเพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Will Goldhabers; & Yates. 1980: P87)

นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิดค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2) อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมและยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากนั้นมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยมและยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวังมองโลกในแง่ร้ายกว่า

คนที่มีอายุน้อยเนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆมากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2” ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแปรต้นที่สำคัญในการศึกษาเพื่อทราบถึงพฤติกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

## 2. แนวความคิดด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมการบริโภคให้แก่ นักการตลาด ทำให้เข้าใจผู้บริโภคได้มากขึ้นและสามารถนำไปวางแผนทางการตลาดให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

คอตเลอร์ (Kotler. 1997: 173) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นหนึ่งปัจจัยด้านตัวบุคคล (Personal) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านอื่นๆ ด้วย รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นก็คือ ลักษณะความเป็นอยู่ที่แสดงถึง การใช้เวลาของแต่ละคนว่ามีกิจกรรมเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้คือ ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) นั่นเอง (Assael. 1995)

เรโนลด์และดาเดน (Reynolds; & Darden. 1993) ให้คำจำกัดความของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นว่า

กิจกรรม หมายถึง การแสดงออกอย่างเด่นชัด เช่น การซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อนบ้าน เกี่ยวกับการบริการใหม่ๆ ซึ่งแม้ว่าการแสดงออกเหล่านี้จะสามารถสังเกตเห็นได้ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำได้โดยตรง

ความสนใจ เป็นความสนใจบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึงระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง

ความคิดเห็น เป็นคำตอบของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนคำถาม ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดี และผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ศาสตร์ที่ใช้ในการวัดแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี มี VAL's และ AIO จะนำแบบการวัด AIO มาเป็นแนวทางในการวิจัย ทั้งนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกในรูปของ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ดังนี้

ตาราง 1 แสดงกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions)

ที่แสดงลักษณะแบบการดำเนินชีวิต

กิจกรรม (Activities : A)	ความสนใจ (Interests : I)	ความคิดเห็น (Opinions : O)
การทำงาน	ครอบครัว	ความสัมพันธ์ส่วนตัว/ต่อตัวเอง
งานอดิเรก	บ้าน	ปัญหาสังคม
เหตุการณ์ทางสังคม	งานอาชีพ	การเมือง
วันหยุดพักผ่อน	ชุมชน	ธุรกิจ
การบันเทิง	สันตนาการ	เศรษฐศาสตร์
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา
ชุมชน	อาหาร	ผลิตภัณฑ์
การซื้อสินค้า	สื่อต่างๆ	อนาคต
การเล่นกีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม

ที่มา: Kotler. (1997) *Marketing Management*. P. 219.

จากตารางจะเห็นว่า AIO ประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ เพื่อนำมาจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกลุ่มต่างๆ ให้ออกมาชัดเจนขึ้นว่ามีลักษณะทางจิตวิทยาเป็นอย่างไร

ริมเมอร์ (Reimer. 1995: 124-125) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบเฉพาะกิจของกิจกรรมในแต่ละวัน ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของคนนั้นๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างกันจากคนอื่น ๆ ซึ่งอาจจะไม่มีคนอื่น ๆ ทำในสิ่งที่เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ Reimer ได้จัดแบ่งไว้ นั้น มีพื้นฐานความคิดในกรอบที่ว่า แต่ละบุคคลนั้นมีความสนใจที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต และมีการกระทำที่สนองต่อความสนใจนั้นๆ อย่างแน่นอนประจำ รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ไม่ได้หมายถึง กิจกรรมที่ทำเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เฉพาะเหตุการณ์ เพราะบางกิจกรรมที่ทำนั้น มีวัตถุประสงค์ที่ต่างกันในแต่ละครั้ง ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของ Reimer แบ่งได้เป็น 5 กลุ่มมีดังนี้

1. Culture Orientation คือ รูปแบบของกิจกรรมแสดงถึงวัฒนธรรม หรือประเพณีนิยมในแต่ละสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมระดับชาวบ้าน หรือวัฒนธรรมชั้นสูงก็ตาม
2. Societal Orientation คือ รูปแบบที่นอกเหนือจากสิ่งที่เป็นอยู่ทั่วไป เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและควรค่าต่อการที่แต่ละบุคคลจะเข้าไปร่วมทำเช่น เรื่องการเมือง
3. Entertainment Orientation คือ รูปแบบที่มีลักษณะคล้ายกับ Culture Orientation แต่จะเป็นเรื่องใกล้ตัว และมีจุดมุ่งหมายเพื่อความพึงพอใจและความบันเทิงของตนเองมากกว่า
4. Home and Family Orientation คือ รูปแบบของกิจกรรมที่มีลักษณะความใกล้ชิดและเป็นเรื่องส่วนตัว
5. Sport and Outdoor Orientation คือ สิ่งที่ทำเพื่อสุขภาพร่างกาย ซึ่งประกอบด้วยการเล่นในรูปแบบต่างๆ

#### **บทบาทของแบบการดำเนินชีวิต**

แบบของการดำเนินชีวิตสำหรับผู้บริโภคมี 2 บทบาทคือ

1. เป็นตัวจูงใจหลักให้มีการซื้อใช้ (A basics motivator) เช่น ความปรารถนาที่จะรักษาและเพิ่มพูนแบบของการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ทำให้เกิดกิจกรรมการตัดสินใจซื้อและการใช้สินค้า ความต้องการที่ตัดสินใจซื้อนี้เกิดมาจากเราคือใคร เราเป็นอะไร และปัญหา และโอกาสที่เราประสบในชีวิต
2. การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากผลของการตัดสินใจ ผลที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้า จะก่อให้เกิดข่าวสารจูงใจและทัศนคติ ข่าวสารจะเปลี่ยนหรือเร่งเสริม แบบของการดำเนินชีวิต เช่น การใช้หรือการประเมินผลวันหยุดสุดสัปดาห์ อาจนำไปสู่แบบของการดำเนินชีวิตในการท่องเที่ยว ในระดับสูงกว่าเดิม แบบของการดำเนินชีวิตอาจเปลี่ยนแปลง ถ้าเกิดมีการการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล กลุ่มอ้างอิงครอบครัว เป็นต้น

### การเปลี่ยนแปลงแบบของการดำเนินชีวิต

เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงแบบของการดำเนินชีวิตมักจะทำให้เกิดปัญหา ซึ่งมีรากฐานมาจากการบริโภค หรือ อาจเกิดโอกาสที่จะทำการตัดสินใจใหม่ ปัญหานี้จะนำไปสู่กระบวนการที่มีความผันผวน ผันแปรและมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นสม่ำเสมอ การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ในตัวกำหนดแบบของการดำเนินชีวิต เช่น เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ค่านิยมจนทำให้เกิดแบบดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปด้วย

แบบของการดำเนินชีวิตของบุคคลได้เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา หรือเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ถ้าเปลี่ยนแปลงมากมายและสม่ำเสมอ คนจะต้องวิตกกังวลและอาจเกิดภาวะล้มเหลว ดังนั้นแบบของการดำเนินชีวิตค่อยๆเปลี่ยนแปลงไป และเป็นไปในรูปแบบไม่รู้ตัว การเปลี่ยนแปลงมากและเป็นไปอย่างกระตั้นหันที่มีต่อแบบของการดำเนินชีวิต จะเกิดขึ้นได้เฉพาะในเหตุการณ์ต่างๆ เช่น สงคราม พายุ บาดเจ็บ แต่งงาน จบการศึกษา เด็กเกิด การหย่า เปลี่ยนงาน และสมรส ตาย

ตาราง 2 แสดงแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค

ตัวกำหนดแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle determinants)	แบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เรามีชีวิตอยู่อย่างไร	ผลกระทบต่อพฤติกรรม (Impact on behavior)
ลักษณะประชากรศาสตร์	กิจกรรม	<b>การซื้อ</b>
วัฒนธรรมย่อย	ความสนใจ	ซื้ออย่างไร
ชั้นของสังคม	ชอบ/ไม่ชอบ	เมื่อไร
แรงจูงใจ	ทัศนคติ	ที่ไหน
บุคลิกภาพ	การบริโภค	อะไร
อารมณ์	ความคาดหวัง	กับใคร
ค่านิยม	ความรู้สึกลับ	<b>การบริโภค</b>
วงจรชีวิตของครัวเรือน		ที่ไหน
วัฒนธรรม		กับใคร
ประสบการณ์ในอดีต		อย่างไร
		เมื่อไร

ที่มา: Hawkins and others. (1973). *Consumer Behavior: Building Market Strategy*. P. 434.

ดังนั้นสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชนชั้นสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่า การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยม และรูปแบบของการดำเนินชีวิต เช่น รูปแบบ การดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า สำหรับผู้ที่ชอบเที่ยวกลางคืน หรือผู้ที่ชอบอยู่บ้านจะแตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 135)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 254-255) ได้กล่าวว่า การดำรงชีวิตของมนุษย์จะอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีกฎเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มพึงถือปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่มจึงเป็นไปในการทำงานของตัวเองกันไม่เพียงแต่เท่านั้น เมื่อกลุ่มสังกัดขึ้นทางสังคมและวัฒนธรรม พฤติกรรมของบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันก็จะมีรูปแบบที่เรียกว่า ทำงานของตัวเองกัน เช่นกัน บุคคลผู้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ขึ้นทาง

สังคม และวัฒนธรรมจะพัฒนาแบบแผนของการดำรงชีพหรือใช้ชีวิต ตลอดจนแบบแผนของการบริโภคขึ้นมาเพื่อใช้ในสังคม แบบแผนดังกล่าวเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 135) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ซึ่งรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่า การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต ตัวอย่าง รูปแบบการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า สำหรับผู้ที่ชอบเที่ยวกลางคืนหรือผู้ที่ชอบอยู่บ้านจะแตกต่างกัน

ตาราง 3 แสดงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle หรือ AIOs) และลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographics)

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)	ประชากรศาสตร์ (Demographics)
การทำงาน	ครอบครัว	ต่อตัวเอง	อายุ
งานอดิเรก	บ้าน	ปัญหาสังคม	การศึกษา
กิจกรรมทางสังคม	งาน	การเมือง	รายได้
การใช้เวลาว่าง	การร่วมกิจกรรมชุมชน	ธุรกิจ	อาชีพ
การพักผ่อน	การพักผ่อน	เศรษฐกิจ	ขนาดครอบครัว
สมาชิกคลับ	ความนิยม	การศึกษา	ที่อยู่อาศัย
การร่วมกิจกรรมชุมชน	อาหาร	ผลิตภัณฑ์	ภูมิศาสตร์
การเลือกซื้อ	สื่อ	อนาคต	ขนาดของจังหวัด
กีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม	วงจรชีวิตของครอบครัว

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. *Consumer behavior*. P. 206.

กล่าวโดยสรุปรูปแบบการดำเนินชีวิต(Lifestyle) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกมาในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) ซึ่งบุคคลจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

รูปแบบการใช้ชีวิตของเราแต่ละคน นำไปสู่การแสดงออกของสถานการณ์ ประสบการณ์ ชีวิต ค่านิยม ทศนคติและความคาดหวัง แบบของการใช้ชีวิตได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ มากมาย บุคคลและครอบครัวต่างก็มีแบบของการใช้ชีวิต แบบของการใช้ชีวิตของครอบครัวถูกกำหนด (ส่วนหนึ่ง) โดยแบบของการใช้ชีวิตของตัวบุคคลและในทำนองกลับกันแบบของการใช้ชีวิตของตัวบุคคลก็ จะถูกกำหนด (ส่วนหนึ่ง) โดยครอบครัว

### บทบาทของการใช้ชีวิต

แบบของการใช้ชีวิตสำหรับผู้บริโภคมี 2 บทบาท คือ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543: 260)

1. เป็นตัวจูงใจหลักให้มีการซื้อใช้ (A Basic Motivator) เช่น ความปรารถนาที่จะรักษาและเพิ่มพูนแบบของการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ทำให้เกิดการตัดสินใจ และใช้สินค้า ความต้องการที่จะตัดสินใจซื้อนี้เกิดจากเราคือใคร เราเป็นอะไร ปัญหาและโอกาสที่เราประสบในชีวิต

2. การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากผลของการตัดสินใจ ผลของการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้าที่ก่อให้เกิดข่าวสารจูงใจและทัศนคติ ข่าวสารนี้จะเปลี่ยนแปลงและเสริมแรง (Reinforce) แบบของการใช้ชีวิต เช่น การใช้หรือการประเมินผลวันหยุดสุดสัปดาห์ อาจนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตในการท่องเที่ยว (Travel-oriented Lifestyle) ในระดับสูงกว่าเดิม แบบของการใช้ชีวิตอาจเปลี่ยนแปลงถ้าเกิดมีการเปลี่ยนแปลงให้ตัวบุคคล กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว เป็นต้น

### การจำแนกลักษณะของแบบของการใช้ชีวิต

แบบของการใช้ชีวิต สามารถจำแนกตามลักษณะได้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543: 261) ดังนี้

1. ตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active Versus Passive) เช่น ผู้บริโภคเข้าร่วมในการเล่นกีฬาหรือเข้าดูคอนเสิร์ตรายการสด ส่วนแบบไม่ตื่นตัวนั้นผู้บริโภคดูโทรทัศน์หรือฟังเพลงอยู่กับบ้าน

2. การโอ้อวดกับการส่วนตัว (Ostentatious Versus Passive) แบบแรกแสวงหาสัญลักษณ์แห่งสำรวัชที่ปวงชนยอมรับ ซึ่งตรงข้ามกับแบบหลังแสวงหาสินค้าที่ใช้เฉพาะตัว

3. ครอบครัวกับอาชีพ (Family Versus Career) แบบแรกมีบุตรและใช้เวลาไปกับกิจกรรมของครอบครัว แต่แบบหลังไม่มีบุตรและใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

4. ท้องถิ่นกับนครหลวง (Local Versus Cosmopolitan) แบบแรกเข้าร่วมกับชมรมท้องถิ่นกับแบบหลังเข้าร่วมกับโลกที่กว้างกว่า

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2” ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อให้ทราบถึง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ของกลุ่มเป้าหมายและมีความสำคัญมาก เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ได้ดีมากขึ้น

### 3. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค

#### พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman; & Kanuk. 2000: G-3) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้ สินค้าและบริการของผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) หรือ ผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) หมายถึง ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขั้นสุดท้าย หรืออาจหมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อนำไปใช้ส่วนตัว และครอบครัว หรือการใช้ขั้นสุดท้าย สำหรับตลาดสินค้าบริโภค (Consumer Market) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2534: 54)

ไมเวน และ ไมเนอร์ (ดารา ทีปะปาง. 2542: 3; อ้างอิงจาก Mowen; & Minor. 1998: 5 Consumer Behavior) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาหน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภค และการกำจัดอันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์และความคิด

สุกร เสรีรัตน์ (2544) สรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการโดยผ่านกระบวนการการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อนและหลัง การกระทำดังกล่าวโดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภค ในที่นี้คือ บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปซึ่งสินค้าและบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด (สุกร เสรีรัตน์. 2544; อ้างอิงจาก Walter. 1976: 6)

#### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ดังแผนภาพประกอบที่ 2 จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 196) โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นนี้อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า

(Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุผลใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงิน อัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขาย ไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ

2.1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐาน และพฤติกรรมของวัฒนธรรม แบ่งออกได้เป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย และชั้นสังคม

2.1.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจส่วนบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่ ฐานะ รายได้ อาชีพ การศึกษา แนวความคิดส่วนบุคคล เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

2.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ถือเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าประกอบด้วย 5 ประการ อันได้แก่

ก) การจูงใจ (Motivation) เป็นการชักนำพฤติกรรมของบุคคลโดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

ข) การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการรับรู้ของบุคคลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การเห็น การได้ยิน กลิ่น รส การสัมผัส ซึ่งแต่ละคนมีการรับรู้แตกต่างกันไป

ค) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลมาจากการประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และเกิดการตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

ง) ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

จ) ทักษะคติ (Attitude) เป็นภาวะทางจิตใจที่แสดงถึงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ทักษะคติก่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์ แนวความคิด การเรียนรู้ การรับรู้ การจูงใจ ความเชื่อ และอุปนิสัยของบุคคล อันส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ถึงความชอบ ไม่ชอบ หรือพอใจ หรือไม่พอใจ

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

3.1 การรับรู้ความต้องการหรือปัญหา (Needs or Problem Recognition) พฤติกรรมการซื้อที่มีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่อาจได้รับการกระตุ้นจากภายนอกการค้นหาข้อมูล

(Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการ อยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที

3.2 การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อมีการเสาะหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคย่อมจะมีทางเลือกที่เกิดขึ้น นั่นหมายถึง ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจว่า จะซื้อสินค้ายี่ห้ออะไร หรือซื้อสินค้าอะไร ดังนั้น แนวคิดที่จะช่วยประเมินทางเลือก มีดังนี้

ก) คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) คือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้าง หรือมีความสามารถแค่ไหน

ข) ระดับความสำคัญ (Degree of Importance) คือ การพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติ (Attribute Important) ของสินค้าเป็นหลัก มากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า (Salient Attributes) ที่เราได้พบเห็น

ค) ความเชื่อถือต่อตรายี่ห้อ (Brand Beliefs) คือ การพิจารณาถึงความเชื่อถือต่อยี่ห้อของสินค้า หรือภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) ที่ผู้บริโภคได้เคยพบเห็น รับรู้จากประสบการณ์ในอดีต

ง) ความพอใจ (Utility Function) คือ การประเมินว่า มีความพอใจต่อสินค้าแต่ละยี่ห้อแค่ไหน ถ้าเรานำเอาคุณสมบัติของสินค้าเทียบกับความพอใจที่ได้รับจากคุณสมบัติของแต่ละสินค้าแล้ว เราก็จะสามารถประเมินการเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

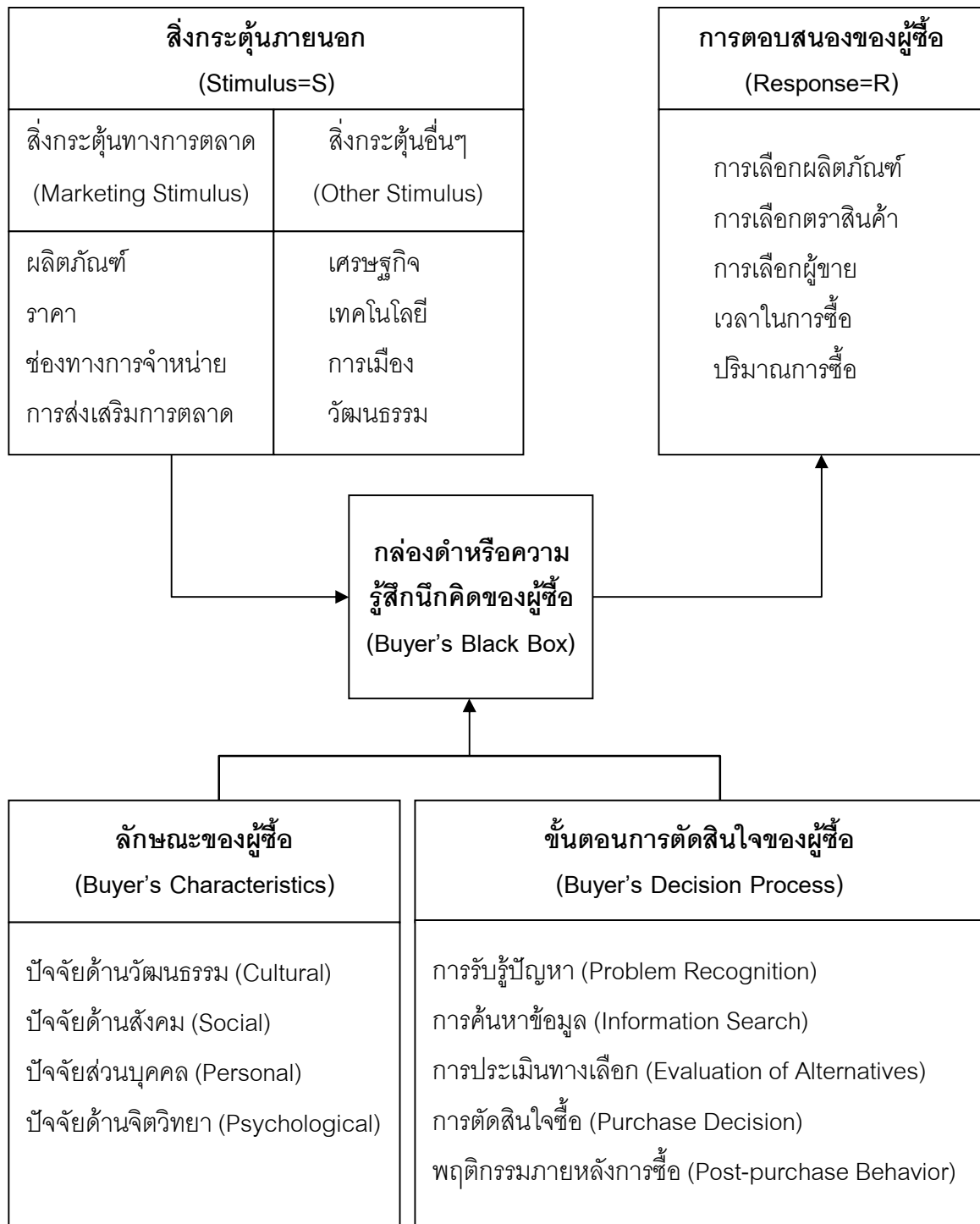
จ) กระบวนการประเมิน (Evaluation Procedure) วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าเอาไปจัดใช้สำหรับตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือในยี่ห้อ คุณสมบัติของสินค้าพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนนแล้วหาผลสรุปว่ายี่ห้อใดได้รับคะแนนจากการประเมินผลมากที่สุดก่อนตัดสินใจซื้อต่อไป

3.3 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) จากการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ ทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้แล้ว ในขั้นต่อมาคือ การพิจารณาถึงทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ (Attitudes of others) และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Unexpected Situation)

3.4 พฤติกรรมภายหลังซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้วผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจ หรือไม่พอใจก็ได้ ซึ่งจะมีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อสินค้านั้นๆ ในครั้งต่อไป

4. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ  
ผู้บริโภค จะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- การเลือกผู้จำหน่าย (Dealer Choice)
- เวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- จำนวนที่ซื้อ (Purchase Amount)



ภาพประกอบ 2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค [Model of Buyer (Consumer) Behavior] และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factor Influencing Consumer's Buying Behavior) ที่มา : Kotler Philip. (2003). *Marketing management*: P. 172.

#### 4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 334) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการให้แก่ลูกค้า

##### ความสำคัญของการบริการ

มิลเลท (สุวัฒน์นา ไบเจริญ. 1954: 397-400; อ้างอิงจาก Millet. n.d.) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริการ คือการสร้าง ความพึงพอใจในงานบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)
2. การให้บริการทันต่อเวลา (Timely Service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

##### กลยุทธ์การตลาดการบริการ

ธุรกิจบริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด 8Ps หรือ the eight components of integrated service management

กลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย การเลือกตลาดเป้าหมายและการจัดทำส่วนประสมการตลาดของการบริการซึ่งมีองค์ประกอบ 8 อย่าง โดยมีความแตกต่างจากส่วนประสมการตลาดของสินค้าผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของการตลาดการบริการ ทำให้ส่วนประสมการตลาดของการบริการเป็นเรื่องที่น่าสนใจมากขึ้น แต่องค์ประกอบสามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ (Product elements) คือ ผลิตภัณฑ์ หรือ การบริการรวม ทั้งวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบในการให้บริการ การสร้างบริการ เพื่อให้เป็นบริการที่ทรงคุณภาพธุรกิจ ต้องปรับแต่งการให้บริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นด้วยในการปรับแต่งการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้าจะยังมีความสลับซับซ้อนในตลาดอันเนื่องมาจากความแตกต่างกันของภาษา ศาสนา และระบบสังคม

1.1 คุณภาพของบริการ การบริการจับต้องไม่ได้ และไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งอื่น จึงเป็นการยากที่จะสร้างมาตรฐานสำหรับวัดคุณภาพ จุดเริ่มต้นที่ดี คือ พิจารณาสິงที่ลูกค้าต้องการ หรือกำลังแสวงหา เพื่อจะได้ตัดสินใจว่าจะสร้างบริการอะไรขายลูกค้า โดยทำการสำรวจหาความต้องการทั้งลูกค้าภายนอกที่ซื้อบริการ และลูกค้าภายในเช่น พนักงานที่ให้บริการ

1.2 การปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง ต้องคิดประดิษฐ์ใหม่ และปรับปรุงบริการใหม่ๆ อยู่เสมออย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของกิจการ

2. การจัดจำหน่ายพื้นที่ในเว็บไซต์ และเวลาที่ใช้ (Place, Cyberspace and time) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายสำหรับบริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการ และสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่า โดยมากผู้ขายบริการมักทำการตลาดตรงไปสู่ผู้ใช้บริการแต่บางครั้งอาจจะมีช่องทางผ่านคนกลาง

3. กระบวนการ (Process) ขั้นตอนวิธี ลำดับ การให้บริการอย่างมีระบบเพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการกับลูกค้าได้รวดเร็วมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ากระบวนการต่างๆ การเสนอขายบริการอาจต้องใช้กระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการของตนให้กับลูกค้า

4. การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and quality) คือ การพัฒนาประสิทธิภาพที่จำเป็นเพื่อที่จะสามารถควบคุมต้นทุน ในขณะที่เดียวกันก็สามารถพัฒนาคุณภาพ และประสิทธิภาพการให้บริการต่อลูกค้าด้วย

5. พนักงาน (People) โดยพนักงานในองค์กรที่ต้องมีการสื่อสารต่อลูกค้า จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ การฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานจะทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้เป็นอย่างมาก

6. การส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้กับลูกค้า (Promotion and Education) คือ การสื่อสารที่จะให้ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจให้กับลูกค้า โดยจะสามารถสื่อสารโดยพนักงานหรือสื่อต่างๆ ซึ่งได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การลดราคา การประชาสัมพันธ์ การบริการอื่นๆ

7. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) การสร้างคุณภาพโดยรวมทางกายภาพ ซึ่งประกอบด้วยอาคาร สถานที่ การตกแต่ง อุปกรณ์ต่างๆ การเสนอขายบริการต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้

8. ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ของผู้ใช้บริการ (Price and other user outlays) ราคาค่าบริการมีหลายรูปแบบ เช่น ค่าบริการ ค่าคอมมิชชั่นค่าโดยสาร ค่าเช่าค่าธรรมเนียม และอื่นๆ ในการตั้งราคาสำหรับค่าบริการมักได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุนและสร้างกำไร

เนื่องจากบริการมองไม่เห็น การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการด้วยการประเมินบริการด้วยราคาเป็นเรื่องยาก ราคาจึงมักมีบทบาทสำคัญในการชี้คุณภาพการมองเห็นบริการเกิดจากปัจจัยหลายอย่างนอกเหนือการเห็นผลิตภัณฑ์ การตลาดในธุรกิจบริการต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายนอกและภายในโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

8.1 การตลาดภายใน (Internal marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรม การจูงใจพนักงานที่ให้บริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

8.2 การตลาดภายนอก (External marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาด ในการจัดเตรียมการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

8.3 การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) เป็นการตลาดในธุรกิจบริการ ซึ่งตระหนักว่าผู้บริโภคจะรับรู้คุณภาพการให้บริการ โดยขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Armstrong; & Kotler. 2003: G4) หรือหมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ ซึ่งเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการต่าง ๆ ดังนี้

8.3.1 คุณภาพด้านเทคนิค เช่น วิธีการชอยผม วิธีการซ่อมรถ

8.3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ เช่น มีความรู้ด้านการดูแลรักษา ด้านการว่าความ

8.3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ เช่น ใบประกาศเกียรติคุณ หรือรางวัล

8.3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ คือ บริการที่สามารถประเมินได้ หลังจากการซื้อบริการ

8.3.5 คุณภาพความเชื่อถือได้ คือ บริการที่ยากที่จะประเมิน แม้ผู้ซื้อจะได้ใช้บริการแล้วก็ตาม

#### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

วิเชียร ชันธหัตถ์ (อภิญาพร มาลีวรรณ. 2540: 29; อ้างอิงจาก วิเชียร ชันธหัตถ์. 2539: 30) ได้กล่าวถึงหลักปฏิบัติในการบริการที่ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้

1. สถานที่ สะอาด สะดวก สบาย และลวดลาย
2. เตรียมตัวให้พร้อมทุกด้าน สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และบุคลิกภาพ
3. ตรงเวลา อาจเริ่มงานก่อนเวลาถ้าลูกค้าสำคัญมารออยู่
4. มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ ยิ้ม ทักทาย
5. สามารถให้รายละเอียดแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาพเท่าเทียมกัน
6. ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
7. ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายให้ลูกค้าเห็น
8. ถ้าต้องการทำงานบริการที่กำลังทำให้ลูกค้าต้องแจ้งลูกค้าให้ทราบ กรณีมีงานอื่นแทรก
9. ส่งความอาทรถึงลูกค้าที่กำลังรออยู่ โดยส่งยิ้ม หรือทักทายเพื่อแสดงว่ายินดีบริการ
10. กรณีเกิดปัญหาขัดแย้งกับลูกค้า อดกลั้นและเปิดโอกาสให้ลูกค้าพูด เพื่อทราบปัญหา และพยายามหาหนทางแก้ไขปัญหานั้น ๆ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539: 8) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการ ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และ ก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541: 334) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

กุลธน ธนาพงศธร (2530: 303) ที่กล่าวไว้ว่า การบริการที่ดี ต้องสอดคล้องกับความต้องการ ของบุคคลส่วนใหญ่ มิได้เป็นการจัดขึ้นเพื่อบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มีการให้บริการที่ดำเนิน ไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยใช้หลักความเสมอภาคแก่ผู้มารับบริการและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้ สิทธิพิเศษแก่กลุ่มบุคคลกลุ่มใดแตกต่างจากกลุ่มคนอื่นอย่างเห็นได้ชัด และค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการ บริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ ยึดหลักความสะดวกในการปฏิบัติ ง่ายต่อการเข้ารับ บริการ ทั้งไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้บริการหรือผู้รับบริการมากจนเกินไป

นิคม สะอาดเยี่ยม (นิวัติ กุลศรี. 2546; อ้างอิงจาก นิคม สะอาดเยี่ยม. 2539: 31-31) กล่าว ว่า การที่สินค้าและบริการที่จะขายได้ กำไรสูงสุด จะต้องมียุทธศาสตร์ คือทำให้ลูกค้าพอใจในทุก ๆ ด้าน หากการบริการด้านหนึ่งด้านใดไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ส่วนแบ่งของตลาดอาจถูกคู่แข่งที่บริการดีกว่า แย่งไป จึงจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการ เพื่อสนองความพอใจของ ลูกค้า และจะต้องทำอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะระดับความพอใจของ ลูกค้า นั้น มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และแปรเปลี่ยนตามค่านิยมอยู่ตลอดเวลา การที่จะทำให้การบริการเป็นที่พอใจจึงจำเป็นต้องมีการ นำความต้องการของการให้บริการมาพิจารณาเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ

คอตเลอร์ (Kotler. 200: 428) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการ คือ กิจกรรมหรือประโยชน์ เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการ นั้นอย่างเป็นทางการ กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

กรอนรูส (Gronroos. 1990: 27) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการ คือ กิจกรรมหรือชุดของ กิจกรรม ซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่จับต้องได้หรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับ ผู้ให้บริการ หรือระบบของการบริการ ซึ่งจับเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาของลูกค้า

แม็ก เวบเบอร์ (1966: 340) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อ ประชาชนมากที่สุดคือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล เป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ความชอบพอ สนใจเป็นพิเศษ ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันตามเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่ เหมือนกัน

## 5. ลักษณะของบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์

พ.ร.บ. อาคารชุด มีว่าอาคารชุด หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกมาได้เป็นส่วน ๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง

ทรัพย์สินส่วนบุคคล หมายถึง ห้องชุดและหมายรวมถึงสิ่งปลูกสร้าง หรือที่ดินที่จัดไว้เป็นของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย

ทั้งนี้อพาร์ทเมนท์ให้เช่าในย่านรามคำแหง 2 มีอัตราค่าเช่าอยู่ในระดับกลางเมื่อเทียบกับเขตอื่นๆ ผู้เช่าพักอาศัยมีความสะดวกสบาย และเพียบพร้อมด้วยสาธารณูปโภค จำนวนคนอาศัยที่เป็นนิสิต นักศึกษา กลุ่มคนทำงานที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนปริมาณอุปสงค์ในตลาดอพาร์ทเมนท์ให้เช่า ทั้งนี้จากสถิติของฝ่ายทะเบียนแรงงาน ของกรมการจัดหางานพบว่า อัตราการเติบโตของจำนวนแรงงานต่างจังหวัดคงเหลือในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 12.5% โดยภาพรวมของธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ ยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก

### ลักษณะของบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์

#### 1. ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก

1.1 ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป็น นิสิต นักศึกษา และกลุ่มคนที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดเพื่อมาทำงาน ฉะนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งจึงเป็นย่านใกล้สถานศึกษา โรงเรียน และเขตนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

1.2 รูปแบบของอาคาร ห้องพัก และการตกแต่ง แสดงถึงความน่าเข้าไปพักอาศัย มีความแข็งแรงทนทาน สะอาดถูกสุขลักษณะ พื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง รวมถึงความปลอดภัยต่อทรัพย์สินเมื่อเข้าไปพักอาศัย และภายในห้องพักยังจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน

1.3 สัดส่วนบริเวณใช้สอย ควรจัดให้มีสถานที่ให้บริการอย่างครบวงจร เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านเสริมสวย ร้านซักรีด ใกล้แหล่งขายอาหาร เป็นต้น

#### 2. การตกแต่งภายในและภายนอกตัวอาคาร รวมถึงการให้บริการในเรื่องต่าง ๆ ประกอบด้วย

2.1 อุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่ง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น นิสิต นักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงาน จึงเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน มีการออกแบบที่ดี

2.2 เครื่องแต่งกายพนักงานที่ให้บริการ มีความสุภาพ เรียบร้อยและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

2.3 มีเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ไว้ให้บริการแก่ผู้เช่าพักอาศัย

3. ด้านชื่อเสียงและภาพพจน์ ต้องมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีในธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ มีความเป็นผู้นำของอพาร์ทเมนท์เป็นที่ยอมรับและให้ผู้เช่าเกิดความประทับใจซึ่งจะนำไปสู่การใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสามารถขยายฐานลูกค้าได้ โดยควรให้บริการในรูปแบบดังนี้

- 3.1 การให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันในกลุ่มลูกค้าทุกระดับ
- 3.2 การให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว
- 3.3 การให้บริการด้วยความถูกต้อง
- 3.4 การให้บริการด้วยความเต็มใจ

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณวลัย อัครเอกสุนทร (2550) *ความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการเข้าพักอาศัยเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ Executive ย่านสาทร*

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายในการวิจัย เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการเข้าพักอาศัยเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ Executive ย่านสาทร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้าพักในเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ย่านสาทร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ค่าการทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้วิธี LSD โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC for windows version 11 ผลการวิจัยพบว่า

ข้อมูลของผู้เข้าพักอาศัยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรสเป็นโสด สัญชาติสิงคโปร์ อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อปีน้อยกว่า 20,000 USD. มีระยะเวลาในการเข้าพักน้อยกว่า 1 เดือน มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อติดต่อธุรกิจ และได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานโครงการ มีความพึงพอใจต่อการเข้าพักเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ Executive ย่านสาทร โดยรวม

1. ความพึงพอใจต่อเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ของลูกค้าชาวต่างชาติ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีทั้งในภาพรวมและรายข้อ โดยผู้เข้าพักอาศัยที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส สัญชาติ อาชีพรายได้ต่อปีที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าพักเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจต่อเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ของลูกค้าชาวต่างชาติ ด้านราคา อยู่ในระดับดี ทั้งในภาพรวมและรายข้อ โดยผู้เข้าพักอาศัยที่มีอายุ สถานภาพสมรส รายได้ต่อปี ระยะเวลาในการเข้าพักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าพักเซอริวิสอพาร์ทเมนท์ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

3. ความพึงพอใจต่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของลูกค้าชาวต่างชาติ ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับดี มากทั้งในภาพรวมและรายข้อ โดยผู้เข้าพักอาศัยที่มีอายุ สถานภาพสมรส รายได้ต่อปีระยะเวลาในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ประสงค์ในการเข้าพักที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าพักเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ด้านทำเลที่ตั้ง แตกต่างกันไป

4. ความพึงพอใจต่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของลูกค้าชาวต่างชาติ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับดีมากทั้งในภาพรวมและรายข้อ โดยผู้เข้าพักอาศัยที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรสสัญชาติ อาชีพ รายได้ต่อปี ระยะเวลาในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ประสงค์ในการเข้าพักที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าพักเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

กาญจนา แก้วแหยม (2539) ศึกษาสภาพที่พักอาศัยในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักรักษาและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักรักษาให้เข้าสำหรับนักศึกษาเรียงลำดับได้ ดังนี้

1. ความสะดวกในการเดินทาง
2. ขนาดห้องพัก
3. ราคาเช่า
4. สภาพแวดล้อม
5. ต้องการอิสระในการพักรักษา

นราพร มโนรุ่งเรืองรัตน์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัยประเภทเช่าของผู้ทำงานที่ศึกษาภาคสมทบ: กรณีศึกษาสถาบันราชภัฏจันเกษม

ซึ่งจากการวิจัยพบว่า ค่าเช่าเฉลี่ย 2,535 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เช่าห้องพักอยู่ 2 คนต่อห้อง เพื่อร่วมกันรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการพักรักษา ลักษณะห้องพักมีห้องน้ำและระเบียงองค์ประกอบภายในห้องพักส่วนใหญ่ ได้แก่ เตียงนอน โทรทัศน์ ตู้เสื้อผ้าและพัดลม สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่ที่จัดไว้สำหรับผู้เช่า ได้แก่ ที่ทิ้งขยะ พนักงานรักษาความปลอดภัย ที่จอดรถและแม่บ้านทำความสะอาดส่วนกลาง ปัญหาที่พบในการเช่าอาศัยที่พบมากที่สุดคือ เสียงต่างๆ จากห้องข้างเคียง ส่วนปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่า คือ 1. ค่าเช่าเหมาะสม 2. ใกล้ที่ทำงาน 3. ขนาดห้องพักเหมาะสม

ทั้งนี้ นักศึกษาหญิงจะให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการพักรักษาด้วย ในขณะที่นักศึกษาชายให้ความสำคัญเรื่องอิสระในการพักรักษามากกว่า

จุดดาว ประภาวิวัฒน์เวช (2549) ความพึงพอใจ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้พักอาศัยต่อการบริการของอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย ด้านราคา และด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ในข้อจำนวนผู้พักอาศัยภายในห้องพักและระยะเวลาที่พักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจนถึงปัจจุบัน และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการของอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ที่มีอายุตั้งแต่ 17 ปีขึ้นไปจำนวน 95 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบความแตกต่างใช้ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด และการวิเคราะห์สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจำนวนรวม 95 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 61 คน มีอายุระหว่าง 26 – 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 – 15,000 บาท
2. เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ในข้อจำนวนผู้พักอาศัยภายในห้อง และระยะเวลาที่พักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจนถึงปัจจุบันไม่แตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการของอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย ด้านราคา และด้านคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจ
4. พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ส่วนใหญ่เคยพักอพาร์ทเมนท์บริเวณรังสิตคลอง 2 พักอาศัยอยู่กับเพื่อน และคิดว่าราคาเช่าเหมาะสมแล้ว เหตุผลที่เลือกพักที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาส่วนใหญ่คิดว่าใกล้สถานที่ทำงาน จำนวนผู้พักอาศัยภายในห้องน้อยที่สุดห้องละ 1 คน สูงสุดห้องละ 4 คน ระยะเวลาที่พักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจนถึงปัจจุบันน้อยที่สุด 2 เดือน และมากที่สุด 72 เดือน

5. แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา มีแนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาต่อไป และมีแนวโน้มที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นมาเช่าอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาต่อไปแน่นอน

6. ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านพนักงานผู้ให้บริการและด้านความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ในข้อจำนวนผู้ที่พักอาศัยภายในห้อง และระยะเวลาที่พักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจนถึงปัจจุบัน

7. ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการ ด้านราคา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ในข้อระยะเวลาที่พักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจนถึงปัจจุบัน อยู่ในระดับมีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการให้บริการด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์ในข้อจำนวนผู้ที่พักอาศัยภายในห้อง

8. ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ในข้อระยะเวลาที่พักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจนถึงปัจจุบัน อยู่ในระดับมีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการให้บริการด้านคุณภาพการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ในข้อจำนวนผู้ที่พักอาศัยภายในห้อง

9. พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา ในข้อจำนวนผู้ที่พักอาศัยภายในห้อง และระยะเวลาที่พักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาจนถึงปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดาต่อไปในอนาคต

แหววดาว ยิ้มแย้ม (2547) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ระดับความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค มีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเช่าต่อไปในอนาคต อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ซึ่งต้องดูปัจจัยส่วนประกอบทางด้านอื่นๆ ด้วย เช่น ด้านสภาพแวดล้อม ทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านความปลอดภัย ด้านราคาเช่าต่อเดือน

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2 ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนต์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนต์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2 แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คน รวม 400 คน โดยคำนวณจากสูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 27-28) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ  $n$  แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ มีค่าเท่ากับ 95%

โดยที่  $\alpha = .05$  หรือ  $1 - \alpha / 2 = .975$

จะทำให้ได้ค่า  $Z = Z_{0.975} = 1.96$

E แทน ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้  
 โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน = .05  
 โดยแทนค่าดังนี้

$$n = 1.962 = \frac{384.16 \text{ คน หรือ } 385 \text{ คน}}{4(.05)^2}$$

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ปัจจุบันย่านรามคำแหง 2 ได้มีผู้เข้ามาเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อพักอาศัยเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ย่านรามคำแหง 2 ถือเป็นแหล่งที่มีผู้พักอาศัยหลากหลายอาชีพ และคนเดินทางมาจากหลายที่เพื่อมาศึกษาต่อ หรือทำงานเลี้ยงชีพ โดยส่วนใหญ่ได้เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยระหว่างเรียนและทำงาน โดยอพาร์ทเมนท์ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงมีหลายแห่ง ดังนี้ นัมเบอร์วันอพาร์ทเมนท์ นิรันดร์อพาร์ทเมนท์ ปิยะโรจน์อพาร์ทเมนท์ ศิริพงษ์อพาร์ทเมนท์ เอเซียอพาร์ทเมนท์ มายโฮมอพาร์ทเมนท์ นัมเบอร์วันเพลส ฯลฯ เป็นต้น (ที่มา: เว็บไซต์ นายอพาร์ทเมนท์ดอทคอม <http://www.9apartment.com/search/apartments>)

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกอพาร์ทเมนท์จำนวน 6 แห่งในย่านรามคำแหง 2 ได้แก่ 1) นัมเบอร์วันอพาร์ทเมนท์ 2) นิรันดร์อพาร์ทเมนท์ 3) ปิยะโรจน์อพาร์ทเมนท์ 4) ศิริพงษ์อพาร์ทเมนท์ 5) เอเซียอพาร์ทเมนท์ 6) มายโฮมอพาร์ทเมนท์ เนื่องจากอพาร์ทเมนท์ทั้ง 6 แห่งเป็นอพาร์ทเมนท์ที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในย่านรามคำแหง 2 จึงทำให้เกิดความหลากหลาย และเป็นกลุ่มตัวแทนของประชากร

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน แบ่งเป็น 6 แห่ง แห่งละ 66-67 คน

$$\begin{aligned} \text{ขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต} &= \frac{\text{ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนเขตพื้นที่ที่ถูกเลือก}} \\ &= \frac{400}{6} \end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต} = 66.67$$

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแห่งที่ได้เลือกจากขั้นตอนที่ 1 รวม 400 ตัวอย่างดังนี้

ชื่ออพาร์ทเมนท์	จำนวน (ราย)
นัมเบอร์วันอพาร์ทเมนท์	67
นิรันดร์อพาร์ทเมนท์	67
ปิยโรจน์อพาร์ทเมนท์	66
ศิริพงษ์อพาร์ทเมนท์	67
เอเชียวอพาร์ทเมนท์	67
มายโฮมอพาร์ทเมนท์	66

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) กับผู้  
ที่เต็มใจ และยินดีสละเวลาให้ข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้นำไปเก็บข้อมูลให้ครบตาม  
จำนวนแบบสอบถาม

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้าง  
เครื่องมือ และขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวม  
ข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ทฤษฎี แนวความคิด  
วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้  
ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questions) ให้เลือกตอบเพียงข้อ  
เดียว จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้  
เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้  
เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 4 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 6 สถานภาพการสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด แบบ Likert Scale Question แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับการทำกิจกรรม 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดต่อน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

ระดับการทำกิจกรรม

เกณฑ์การให้คะแนน 5 คะแนน	หมายถึง	เป็นประจำ
เกณฑ์การให้คะแนน 4 คะแนน	หมายถึง	บ่อยครั้ง
เกณฑ์การให้คะแนน 3 คะแนน	หมายถึง	บางครั้ง
เกณฑ์การให้คะแนน 2 คะแนน	หมายถึง	นานๆ ครั้ง
เกณฑ์การให้คะแนน 1 คะแนน	หมายถึง	ไม่เคยทำ

เกณฑ์การประเมิน จะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักการช่วงการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดออกเป็น 3 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน และคะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน หากกึ่งกลางพิสัย โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (มัลลิกา นูนนาค. 2537: 9) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{3} \\
 &= 1.33333
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.67 - 5.00 หมายถึง ระดับกิจกรรมอยู่ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.33 - 3.66 หมายถึง ระดับกิจกรรมอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 2.32 หมายถึง ระดับกิจกรรมอยู่ในระดับ น้อย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด แบบ Likert Scale Question แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับความสนใจ 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดต่อน้ำหนักของการประเมินดังนี้

ระดับความสนใจ

เกณฑ์การให้คะแนน 5 คะแนน หมายถึง สนใจมากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนน 4 คะแนน หมายถึง สนใจมาก

เกณฑ์การให้คะแนน 3 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจ

เกณฑ์การให้คะแนน 2 คะแนน หมายถึง ไม่ค่อยสนใจ

เกณฑ์การให้คะแนน 1 คะแนน หมายถึง ไม่สนใจเลย

เกณฑ์การประเมิน จะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักการช่วงการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดออกเป็น 2 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามคะแนนต่ำที่สุด คือ 3 คะแนน และคะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน หากกึ่งกลางพิสัย โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (มัลลิกา บุญนาค. 2537: 9) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 3}{2} \\ &= 1.00 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.01-5.00 หมายถึง ระดับความสนใจอยู่ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.00-4.00 หมายถึง ระดับความสนใจอยู่ในระดับ ปานกลาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด แบบ Likert Scale Question แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดต่อน้ำหนักของการประเมินดังนี้

ระดับความคิดเห็น

เกณฑ์การให้คะแนน 5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เกณฑ์การให้คะแนน 4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วย
เกณฑ์การให้คะแนน 3 คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
เกณฑ์การให้คะแนน 2 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
เกณฑ์การให้คะแนน 1 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การประเมิน จะใช้วิธีการแบบช่วงการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักการช่วงการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดออกเป็น 2 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามคะแนนต่ำที่สุด คือ 3 คะแนน และคะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน หากกึ่งกลางพิสัยโดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (มัลลิกา บุญนาค. 2537: 9) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 3}{2} \\
 &= 1.00
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.01-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.00-4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

**ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การเข้าพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questions) จำนวน 4 ข้อ และเป็นคำถามแบบปลายเปิด

คำถามข้อที่ 1 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกแบบหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 2 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกแบบหลายข้อ (Multichotomous Question) และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Mutually)

คำถามข้อที่ 3 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกแบบหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 4 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกแบบหลายข้อ (Multichotomous Question)

### 3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ปรับปรุงและดัดแปลงเป็นแบบสอบถามที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และเสนอแนะเพิ่มเติม ก่อนนำเสนอคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง จากนั้นนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้
5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า ( $\alpha$ - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 174)

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Data Source) การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

ดำเนินการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเก็บจากผู้เข้า  
อพาร์ทเมนท์เพื่อพักอาศัยในย่านรามคำแหง 2

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ  
และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 5. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดทำข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยจะต้องตรวจสอบความถูกต้อง  
และสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม  
SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 14

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงร้อยละ  
(Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard  
Deviation)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม  
การเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 โดยใช้วิธีทดสอบการใช้ไคสควร์ (Chi-Square) ( $\chi^2$  - test)  
แครมเมอร์วี (Crammer's V) และ ซัมเมอร์ดี (Somers's D)

## 6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive  
Statistic) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 52)

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

เมื่อ	$P$	แทน	ค่าร้อยละ
	$f$	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	$n$	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 48)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$$\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  = Coefficient) ของครอนบัก โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 34-36)

$$\alpha = \frac{k / \overline{Covariance} / \overline{Variance}}{1 + (k - 1) / \overline{Covariance} / \overline{Variance}}$$

เมื่อ  $k$  แทน จำนวนคำถาม

$\overline{Covariance}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

$\overline{Variance}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

### 3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เมื่อตัวแปรทั้ง 2 ตัว เป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม ใช้เพียร์สันไคสแควร์ (Pearson Chi-Square) โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 92)

$$\text{Pearson Chi-Square} = x^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ	$O_{ij}$ แทน	จำนวนหรือความถี่ของข้อมูลที่มีลักษณะที่ $i$ ของตัวแปรที่หนึ่ง และมีลักษณะ $j$ ของตัวแปรที่สอง
	$E_{ij}$ แทน	ความถี่หรือจำนวนที่คาดหวังของลักษณะที่ $j$ ของตัวแปรที่หนึ่ง และลักษณะ $j$ ของตัวแปรที่สอง
	$r$ แทน	จำนวนลักษณะของตัวแปรที่หนึ่ง
	$c$ แทน	จำนวนลักษณะของตัวแปรที่สอง

กรณีพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V หรือ Somer' D

สถิติ Cramer's V ใช้ทำการวัดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้งสองตัวแปร เป็นชนิดสเกลนามกำหนด Nominal Scale โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 95)

$$V = \sqrt{\frac{x^2}{n \cdot \min\{(r-1), (c-1)\}}}$$

เมื่อ	Cramer's V	แทน	สัมประสิทธิ์ Cramer's V
	$x^2$	แทน	ค่า Chi-Square
	$n$	แทน	ขนาดของตัวอย่าง
	$t$	แทน	จำนวนแถวหรือจำนวนสดมภ์ที่มีค่าน้อย

สถิติ Somer's D ใช้ทำการวัดขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรทั้งสองตัวเป็นข้อมูลประเภทลำดับ Ordinal Scale โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2547: 291)

$$\text{Somer's } d = \frac{NS}{NS + ND + T_y}$$

เมื่อ	Somer's D	แทน	สัมประสิทธิ์ Somer's D
	NS	แทน	จำนวนคู่ที่มีอันดับเหมือนกันทั้ง 2 ตัวแปร
	ND	แทน	จำนวนคู่ที่มีอันดับต่างกันทั้ง 2 ตัวแปร
	$T_y$	แทน	จำนวนคู่ที่มีลำดับการเรียงซ้ำของตัวแปรตาม

ทั้งนี้โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2543: 348) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.71 - 0.99	หมายความว่า	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.31 - 0.70	หมายความว่า	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.01 - 0.30	หมายความว่า	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ใช้สัญลักษณ์ย่อต่อไปนี้

n	แทน	ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
$\chi^2$	แทน	ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square Test)
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบ่งบอกระดับนัยสำคัญของการทดสอบสมมติฐาน
Cramer's V	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V
Somer' D	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ Somer' D
H <sub>0</sub>	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H <sub>a</sub>	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	181	45.25
หญิง	219	54.75
รวม	400	100.00
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	55	13.75
21-30 ปี	249	62.25
31-40 ปี	76	19.00
41-50 ปี	16	4.00
51-60 ปี	4	1.00
รวม	400	100.00
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	214	53.50
ปริญญาตรี	155	38.75
สูงกว่าปริญญาตรี	31	7.75
รวม	400	100.00
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	113	28.25
พนักงานบริษัทเอกชน	233	58.25
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	7.75
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	16	4.00
อื่นๆ ไปรตระบุ	7	1.75
รวม	400	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	187	46.75
10,001 - 20,000 บาท	173	43.25
20,001 - 30,000 บาท	33	8.25
30,001 - 40,000 บาท	4	1.00
40,001 - 50,000 บาท	2	0.50
50,001 บาทขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100.00
สถานภาพทางการสมรส		
โสด	227	56.75
สมรส / อยู่ด้วยกัน	150	37.50
หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

#### เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 และเพศชาย จำนวน 181 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.25

#### อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 อายุ 41-50 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอายุ 51-60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

### ระดับการศึกษาสูงสุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

### อาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

### รายได้ต่อเดือนสูงสุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนสูงสุด ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมารายได้ต่อเดือนสูงสุด 10,001-20,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รายได้ต่อเดือนสูงสุด 20,001-30,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 รายได้ต่อเดือนสูงสุด 30,001-40,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 รายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และรายได้ต่อเดือนสูงสุด 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

### สถานภาพทางการสมรส

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

เนื่องจากการทดสอบสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Test) กำหนดให้แต่ละเซลล์ของตารางไขว้มีข้อมูลได้น้อยกว่า 5 ไม่เกิน 20% ของจำนวนข้อมูลทั้งหมด ดังนั้นผู้วิจัยจึงจัดกลุ่มใหม่เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	55	13.75
21-30 ปี	249	62.25
31 ปีขึ้นไป	96	24.00
รวม	400	100.00
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	214	53.50
ปริญญาตรี / สูงกว่าปริญญาตรี	186	46.50
รวม	400	100.00
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	113	28.25
พนักงานบริษัทเอกชน	233	58.25
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ / อื่นๆ โปรดระบุ	54	13.50
รวม	400	100.00
<b>รายได้ต่อเดือนสูงสุด</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	187	28.25
10,001-20,000 บาท	173	58.25
20,001 บาทขึ้นไป	40	13.50
รวม	400	100.00
<b>สถานภาพทางการสมรส</b>		
โสด/หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	250	62.50
สมรส/อยู่ด้วยกัน	150	37.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

### อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมา อายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

### ระดับการศึกษาสูงสุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาการศึกษาระดับปริญญาตรี / สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ตามลำดับ

### อาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

### รายได้ต่อเดือนสูงสุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนสูงสุด ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมารายได้ต่อเดือนสูงสุด 10,001-20,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รายได้ต่อเดือนสูงสุด 20,001บาทขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

### สถานภาพทางการสมรส

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม	Min.	Max.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการทำ กิจกรรม
ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอยู่ในบ้าน เช่น การดูแลทำความสะอาดบ้านให้สะอาด อยู่เสมอ	1.00	5.00	3.88	1.03	มาก
ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้านโดย การไปพักผ่อน หรือออกกำลังกาย เช่น ไป ฟิตเนส หรือ สวนสาธารณะ หรือ สถานที่ ออกกำลังกายอื่นๆ	1.00	5.00	3.23	1.15	ปานกลาง
ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น การถ่ายภาพตามสถานที่ต่างๆ	1.00	5.00	2.85	1.26	ปานกลาง
ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น การตกปลาเป็นงานอดิเรก	1.00	5.00	2.80	1.35	ปานกลาง
เมื่อมีเวลาท่านมักจะหาความบันเทิงในบ้าน เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง	1.00	5.00	4.45	0.83	มาก
เมื่อมีเวลาท่านมักจะหาความบันเทิงนอก บ้าน เช่น ไปชมภาพยนตร์ เที่ยวดิสนีย์แลนด์ คลับ ร้านอาหารไอเกะ	1.00	5.00	3.17	1.17	ปานกลาง
ท่านชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นเป็นทีม	1.00	5.00	3.30	1.25	ปานกลาง
ท่านชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นคนเดียว	1.00	5.00	2.97	1.32	ปานกลาง
รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรม	1.00	5.00	3.33	0.78	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวมในระดับกิจกรรมปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ในระดับกิจกรรมมาก ในเรื่องเมื่อมีเวลามักจะหาความบันเทิงในบ้าน เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอยู่ในบ้าน เช่น การดูแลทำความสะอาดบ้านให้สะอาดอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ในระดับกิจกรรมปานกลาง ในข้อชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นเป็นทีม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 รองลงมาคือ การใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้านโดยการไปพักผ่อน หรือออกกำลังกาย เช่น ไปฟิตเนส หรือสวนสาธารณะ หรือสถานออกกำลังกายอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อมีเวลามักจะหาความบันเทิงนอกบ้าน เช่น ไปชมภาพยนตร์ เทียวดิสนีย์แลนด์ ผับ ร้านอาหารไอเกะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นคนเดียว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 มักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น การถ่ายภาพตามสถานที่ต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 และมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น การตกปลาเป็นงานอดิเรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ	Min.	Max.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสนใจ
บริเวณที่พักของท่านต้องมีร้านค้าขาย อาหารอย่างเพียงพอ	2.00	5.00	4.15	0.63	มาก
ท่านชอบประกอบอาหารเพื่อรับประทานเอง ในห้องพักของท่าน	1.00	5.00	4.18	0.73	มาก
การออกแบบลักษณะของตึกหรืออาคารที่ พักให้ดูทันสมัยและสวยงาม	1.00	5.00	4.08	0.80	มาก
การออกแบบภายในห้องพักให้ดูทันสมัย สวยงามและมีพื้นที่ใช้สอยมาก	1.00	5.00	4.06	0.82	มาก
เพื่อความสำเร็จท่านมักให้ความสนใจที่จะ ปฏิบัติหรือลงมือทำมากกว่าเป็นนักคิด	1.00	5.00	3.72	0.80	ปานกลาง
สำหรับท่านการประสบความสำเร็จในชีวิต ถือเป็นเรื่องใหญ่กว่าการบรรลุเป้าหมายที่ กำหนดไว้เป็นอย่างมาก	1.00	5.00	3.50	1.07	ปานกลาง
รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจ	1.50	5.00	3.95	0.52	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวม ในระดับความสนใจ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ในระดับความสนใจ มาก ในเรื่องชอบประกอบอาหารเพื่อรับประทานเองในห้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือบริเวณที่พักต้องมีร้านค้าขายอาหารอย่างเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การออกแบบลักษณะของตึกหรืออาคารที่พักให้ดูทันสมัยและสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการออกแบบภายในห้องพักให้ดูทันสมัย สวยงามและมีพื้นที่ใช้สอยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ในระดับความสนใจ ปานกลาง เพื่อความสำเร็จมักให้ความสนใจที่จะปฏิบัติหรือลงมือทำมากกว่าเป็นนักคิด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และการประสบความสำเร็จในชีวิตถือเป็นเรื่องใหญ่กว่าการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เป็นอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น	Min.	Max.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านชอบพักห้องพักที่มีบรรยากาศ สงบ เงียบ ไม่มีเสียงดังรบกวน	2.00	5.00	4.49	0.64	มาก
ท่านชอบพักห้องพักที่มีบรรยากาศ ครึกครื้น สามารถพบปะ พูดคุย และสังสรรค์กับเพื่อน บ้านได้ตลอดเวลา	1.00	5.00	4.07	0.74	มาก
ท่านสามารถปฏิบัติตามและยอมรับ กฎระเบียบของที่พัก เช่น ห้ามนำสัตว์เลี้ยง มาเลี้ยง/ส่งเสียงดัง/ใช้หรือมีวัสดุยาเสพติด	2.00	5.00	4.20	0.79	มาก
ท่านสามารถสนทนาและสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนบ้านได้	2.00	5.00	4.21	0.72	มาก
ในอนาคตท่านสามารถยอมรับได้เมื่อมีการ เปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ สำหรับผู้พัก อาศัย	2.00	5.00	3.80	0.74	ปานกลาง
ในอนาคตเมื่ออายุมากขึ้นท่านจะยังคง เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยต่อไป	1.00	5.00	3.62	1.10	ปานกลาง
รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความ ความคิดเห็น	2.33	5.00	4.06	0.52	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวมในระดับความคิดเห็น มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ในระดับความคิดเห็น มาก ในเรื่องชอบห้องพักที่มีบรรยากาศ สงบเงียบ ไม่มีเสียงดังรบกวน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาเรื่องสามารถสนทนาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนบ้านได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในเรื่องสามารถปฏิบัติตามและยอมรับกฎระเบียบของที่พัก เช่น ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยง/ส่งเสียงดัง/ใช้หรือมีวัสดุขยะเสพติด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ชอบห้องพักที่มีบรรยากาศครึกครื้น สามารถพบปะ พูดคุย สังสรรค์กับเพื่อนบ้านได้ตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง ในอนาคตสามารถยอมรับได้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ สำหรับผู้พักอาศัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และในอนาคตเมื่ออายุมากขึ้นจะยังคงเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก		
1 คน (พักคนเดียว)	42	10.50
2 คน	196	49.00
3 คน	111	27.75
มากกว่า 3 คนขึ้นไป	51	12.75
รวม	400	100.00
เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์		
ขนาดความกว้างของห้องพัก	93	23.25
ราคาถูก	58	14.50
การเดินทางสะดวก	48	12.00
การให้บริการ	31	7.75
สิ่งอำนวยความสะดวก	40	10.00
ความปลอดภัย	37	9.25
ใกล้ที่ทำงาน	30	7.50
ใกล้สถานศึกษา	32	8.00
อื่นๆ ไปรตระนะ	31	7.75
รวม	400	100.00

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมกรเข้าพาร์ทเมนท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเข้าพาร์ทเมนท์		
ครอบครัว	78	19.50
ญาติ	50	12.50
เพื่อน	123	30.75
บุคคลอื่นที่แนะนำท่าน	33	8.25
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	116	29.00
รวม	400	100.00
ระยะเวลาในการเข้าพาร์ทเมนท์		
0-6 เดือน	127	31.75
7-12 เดือน	75	18.75
1 ปีขึ้นไป	198	49.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมกรเข้าพาร์ทเมนท์ในย่านรวมคำแหง 2 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

#### จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก 2 คนมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ มีจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก 3 คน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 มีจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพักมากกว่า 3 คนขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และมีจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก 1 คน (พักคนเดียว) จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

### เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกขนาดความกว้างของห้องพัก มากที่สุด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมาคือ ราคาถูก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 การเดินทางสะดวก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ความปลอดภัย จำนวน 37 คิดเป็นร้อยละ 9.25 ใกล้สถานศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 การให้บริการและอื่นๆ เท่ากัน จำนวน 31 คิดเป็นร้อยละ 7.75 ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 30 คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

### ผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกเพื่อนมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ครอบครัว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50ญาติ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 บุคคลอื่นที่แนะนำ จำนวน 33 คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

### ระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือก 1 ปีขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ 0-6 เดือน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 ระยะเวลา 7-12 เดือน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ

เนื่องจากการทดสอบสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Test) กำหนดให้แต่ละเซลล์ของตารางไขว้มีข้อมูลได้น้อยกว่า 5 ไม่เกิน 20% ของจำนวนข้อมูลทั้งหมดดังนั้นผู้วิจัยจึงจัดกลุ่มใหม่เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์		
ขนาดความกว้างของห้องพัก	93	23.25
ราคาถูก	58	14.50
การเดินทางสะดวก	48	12.00
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	71	17.75
ความปลอดภัย, ใกล้ที่ทำงาน, ใกล้สถานศึกษา, อื่นๆ โปรดระบุ	130	32.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

#### เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกความปลอดภัย ใกล้ที่ทำงาน ใกล้สถานศึกษา อื่นๆ โปรดระบุ มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ ขนาดความกว้างของห้องพัก จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 การให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ราคาถูก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 การเดินทางสะดวก จำนวน 48 คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 1.1** เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
1 คน (พักคนเดียว)	20	22	42
2 คน	90	106	196
3 คน	51	60	111
มากกว่า 3 คนขึ้นไป	20	31	51
รวม	181	219	400

$$\chi^2 = 0.902$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.825$$

จากตาราง 11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 0.902 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.825 ซึ่ง

มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 1.2** เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ขนาดความกว้างของห้องพัก	48	45	93
ราคาถูก	35	23	58
การเดินทางสะดวก	29	19	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	32	39	71
ความปลอดภัย, ใกล้เคียงที่ทำงาน, ใกล้สถานศึกษา, อื่นๆ โปรดระบุ	37	93	130
รวม	181	219	400

$\chi^2 = 26.102$  Sig (2-sided) = 0.000

Cramer's V = 0.255\* Sig = 0.000

จากตาราง 12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 26.102 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.255 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 1.3** เพศมีความสัมพันธ์กับผู้มีโอกาสในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีโอกาสในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : เพศมีความสัมพันธ์กับผู้มีโอกาสในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ครอบครัว	44	34	78
ญาติ	24	26	50
เพื่อน	45	78	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	16	17	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	52	64	116
รวม	181	219	400

$$\chi^2 = 7.949$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.093$$

จากตาราง 13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 7.949 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.093 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 1.4** เพศมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : เพศมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
0-6 เดือน	53	74	127
7-12 เดือน	40	35	75
1 ปีขึ้นไป	88	110	198
รวม	181	219	400

$$\chi^2 = 2.664$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.264$$

จากตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 2.343 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.310 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2** อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 2.1** อายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 15 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัยใน ห้องพัก	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	
1 คน (พักคนเดียว)	7	25	10	42
2 คน	25	131	40	196
3 คน	17	68	26	111
มากกว่า 3 คน	6	25	20	51
รวม	55	249	96	400

$$\chi^2 = 8.898$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.179$$

จากตาราง 15 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 8.898 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.179 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 2.2** อายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : อายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 16 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการ เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	
ขนาดความกว้างของห้องพัก	15	64	14	93
ราคาถูก	10	33	15	58
การเดินทางสะดวก	11	22	15	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	3	45	23	71
ความปลอดภัย, ใกล้ที่ทำงาน, ใกล้สถานศึกษา, อื่นๆ	16	85	29	130
รวม	55	249	96	400

$$\chi^2 = 18.397$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.018$$

$$\text{Cramer's V} = 0.152^*$$

$$\text{Sig} = 0.018$$

จากตาราง 16 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 18.397 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.152 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 2.3** อายุมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	
ครอบครัว	16	35	27	78
ญาติ	11	33	6	50
เพื่อน	21	90	12	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	4	22	7	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	3	69	44	116
รวม	55	249	96	400

$$\chi^2 = 49.682^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.249^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 49.682 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ )

หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเข้าพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเข้าพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.249 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 2.4** อายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพาร์ทเมนท์

$H_a$  : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการเข้าพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเข้าพาร์ทเมนท์	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	
0-6 เดือน	24	98	5	127
7-12 เดือน	18	41	16	75
1 ปีขึ้นไป	13	110	75	198
รวม	55	249	96	400

$$\chi^2 = 59.681^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Somers' D} = 0.318^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเข้าพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเข้าพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 59.681 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000

ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อดัวยสถิติ Somer' D พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.318 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 3** ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 3.1** ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 19 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัยใน ห้องพัก	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญา ตรี	ปริญญาตรี / สูง กว่าปริญญาตรี	รวม
1 คน (พักคนเดียว)	27	15	42
2 คน	108	88	196
3 คน	52	59	111
มากกว่า 3 คน	27	24	51
รวม	214	186	400

$$\chi^2 = 4.148$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.246$$

จากตาราง 19 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 4.148 และค่า Sig.(2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.246 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 3.2** ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่สำคัญในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่สำคัญในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี / สูง กว่าปริญญาตรี	รวม
ขนาดความกว้างของห้องพัก	50	43	93
ราคาถูก	46	12	58
การเดินทางสะดวก	28	20	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	35	36	71
ความปลอดภัย, ใกล้เคียงที่ทำงาน, ใกล้ สถานศึกษา, อื่นๆ โปรดระบุ	55	75	130
รวม	214	186	400

$$\chi^2 = 23.035$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.240^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 23.035 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อดัวยสถิติ Cramer's V พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.240 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 3.3** ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 21 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี / สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
ครอบครัว	46	32	78
ญาติ	34	16	50
เพื่อน	53	70	123
บุคคลอื่นแนะนำ	28	5	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	53	63	116
รวม	214	186	400

$$\chi^2 = 26.404$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.257^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 21 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 26.404 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.257 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 3.4** ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี / สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
0-6 เดือน	52	75	127
7-12 เดือน	56	19	75
1 ปีขึ้นไป	106	92	198
รวม	214	186	400

$$\chi^2 = 21.554$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Somers' D} = -0.073^*$$

$$\text{Sig} = 0.130$$

จากตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 21.554 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Somer' D พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.073 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และมีทิศทางตรงกันข้าม

**สมมติฐานที่ 4** อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรวมค่าแห่ง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 4.1** อาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : อาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัย ในห้องพัก	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พวง.บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/พวง. รัฐวิสาหกิจ/ ส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/อื่นๆ	รวม
1 คน (พักคนเดียว)	9	29	4	42
2 คน	62	115	19	196
3 คน	31	60	20	111
มากกว่า 3 คนขึ้นไป	11	29	11	51
รวม	113	233	54	400

$$\chi^2 = 10.228$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.115$$

จากตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 10.228 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.115 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 4.2** อาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : อาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 24 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการ เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พวง.บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/พวง.รัฐวิสาหกิจ/ ส่วนตัว/เจ้าของ กิจการอื่นๆ	รวม
ขนาดความกว้างของห้องพัก	43	34	16	93
ราคาถูก	12	40	6	58
การเดินทางสะดวก	11	32	5	48
การให้บริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก	14	45	12	71
ความปลอดภัย/ใกล้ที่ ทำงาน/ใกล้สถานศึกษา/อื่นๆ	33	82	15	130
รวม	113	233	54	400

$$\chi^2 = 27.284$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.001$$

$$\text{Cramer's V} = 0.185^*$$

$$\text{Sig} = 0.001$$

จากตาราง 24 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนต์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 27.284 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนต์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.185 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 4.3** อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้มีโอกาสในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีโอกาสในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์

$H_a$  : อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้มีโอกาสในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	อาชีพ			รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พจน.บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/พจน. รัฐวิสาห ธุรกิจ/ส่วนตัว/เจ้าของ กิจการอื่นๆ	
ครอบครัว	20	40	18	78
ญาติ	20	24	6	50
เพื่อน	53	64	6	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	11	22	0	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	9	83	24	116
รวม	113	233	54	400

$$\chi^2 = 57.108$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.267^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 57.108 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อดัวยสถิติ Cramer's V พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.267 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 4.4** อาชีพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : อาชีพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเช่า อพาร์ทเมนท์	อาชีพ			รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พวง.บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/พวง. รัฐวิสาหกิจ/ ส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/อื่นๆ	
0-6 เดือน	76	47	4	127
7-12 เดือน	24	47	4	75
1 ปีขึ้นไป	13	139	46	198
รวม	113	233	54	400

$$\chi^2 = 120.820$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.389^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 120.820 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่า อพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อกันด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.389 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 5** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 5.1** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	10,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
1 คน (พักคนเดียว)	27	10	5	42
2 คน	98	80	18	196
3 คน	46	54	11	111
มากกว่า 3 คน	16	29	6	51
รวม	187	173	40	400

$$\chi^2 = 13.768$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.032$$

$$\text{Somers's D} = 0.134^*$$

$$\text{Sig} = 0.003$$

จากตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 13.768 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อดัชนี Somer's D พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.134 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 5.2** รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ขนาดความกว้างของห้องพัก	50	30	13	93
ราคาถูก	39	18	1	58
การเดินทางสะดวก	17	28	3	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	27	37	7	71
ความปลอดภัย, ใกล้ที่ทำงาน, ใกล้ สถานศึกษา, อื่นๆ	54	60	16	130
รวม	187	173	40	400

$$\chi^2 = 24.897$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.002$$

$$\text{Cramer's V} = 0.176^*$$

$$\text{Sig} = 0.002$$

จากตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 24.897 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.176 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 5.3** รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
ครอบครัว	35	28	15	78
ญาติ	25	20	5	50
เพื่อน	69	49	5	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	25	6	2	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	33	70	13	116
รวม	187	173	40	400

$$\chi^2 = 42.442$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.230^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 42.442 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ )

หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.230 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 5.4** รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเช่า อพาร์ทเมนท์	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
0-6 เดือน	81	40	6	127
7-12 เดือน	38	33	4	75
มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	68	100	30	198
รวม	187	173	40	400

$$\chi^2 = 31.542$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Somers's D} = 0.254^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 31.542 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อดัชนี Somer's D พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.254 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 6** สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 6.1** สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : สถานภาพทางการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 31 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัย ในห้องพัก	สถานภาพทางการสมรส		
	โสด/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่/หม้าย	สมรส/อยู่ด้วยกัน	รวม
1 คน (พักคนเดียว)	37	5	42
2 คน	126	70	196
3 คน	60	51	111
มากกว่า 3 คนขึ้นไป	27	24	51
รวม	250	150	400

$$\chi^2 = 17.373$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.001$$

$$\text{Cramer's V} = 0.208^*$$

$$\text{Sig} = 0.001$$

จากตาราง 31 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 17.373 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.001 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 6.2** สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : สถานภาพทางการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 32 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	สถานภาพทางการสมรส		
	โสด/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่/หม้าย	สมรส/อยู่ด้วยกัน	รวม
ขนาดความกว้างของห้องพัก	66	27	93
ราคาถูก	38	20	58
การเดินทางสะดวก	24	24	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	40	31	71
ความปลอดภัย, โถงที่ทำงาน, โถง สถานศึกษา, อื่นๆ	82	48	130
รวม	250	150	400

$$\chi^2 = 7.439$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.114$$

จากตาราง 32 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 7.439 และค่า

Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.114 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า สถานภาพทางการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 6.3** สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : สถานภาพทางการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 33 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่า อพาร์ทเมนท์	สถานภาพทางการสมรส		
	โสด/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่/หม้าย	สมรส/อยู่ด้วยกัน	รวม
ครอบครัว	34	44	78
ญาติ	39	11	50
เพื่อน	102	21	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	27	6	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	48	68	116
รวม	250	150	400

$$\chi^2 = 66.256$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.407^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 33 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 66.256 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.407 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 6.4** สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : สถานภาพทางการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 34 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนต์

ระยะเวลาในการเช่า อพาร์ทเมนต์	สถานภาพทางการสมรส		
	โสด/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่/หม้าย	สมรส/อยู่ด้วยกัน	รวม
0-6 เดือน	106	21	127
7-12 เดือน	50	25	75
1 ปีขึ้นไป	94	104	198
รวม	250	150	400

$$\chi^2 = 43.443$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.330^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 34 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางการสมรสกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนต์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 43.443 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนต์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.330 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 7** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 7.1** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 35 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
1 คน (พักคนเดียว)	9	15	18	42
2 คน	67	87	42	196
3 คน	41	56	14	111
มากกว่า 3 คนขึ้นไป	13	28	10	51
รวม	130	186	84	400

$$\chi^2 = 18.921$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.004$$

$$\text{Somer's D} = -0.083^*$$

$$\text{Sig} = 0.063$$

จากตาราง 35 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 18.921 และค่า

Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่อาศัยในห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อดัวยสถิติ Somer'D พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับ -0.083 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากจนไม่มีความสัมพันธ์ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานย่อยที่ 7.2** รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 36 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ขนาดความกว้างของห้องพัก	41	38	14	93
ราคาถูก	6	25	27	58
การเดินทางสะดวก	13	22	13	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	26	38	7	71
ความปลอดภัย, ใกล้ที่ทำงาน, ใกล้สถานศึกษา, อื่นๆ	44	63	23	130
รวม	130	186	84	400

$$\chi^2 = 40.440$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.225^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 36 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 40.440 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.225 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 7.3** รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ครอบครัว	29	27	22	78
ญาติ	16	28	6	50
เพื่อน	45	62	16	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	5	18	10	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	35	51	30	116
รวม	130	186	84	400

$$\chi^2 = 19.037$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.015$$

$$\text{Cramer's V} = 0.154^*$$

$$\text{Sig} = 0.015$$

จากตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 19.037 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับ

สมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้อพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้อพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.154 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 7.4** รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับระยะเวลาในการเข้า  
อพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเข้าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
0-6 เดือน	51	67	9	127
7-12 เดือน	12	44	19	75
1 ปีขึ้นไป	67	75	56	198
รวม	130	186	84	400

$$\chi^2 = 32.683$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Somer'D} = 0.124^*$$

$$\text{Sig} = 0.006$$

จากตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการเข้าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเข้าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 32.683 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเข้าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Somer'D พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้ระยะเวลาในการเข้าอพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.124 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 8** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 8.1** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจ		
	มาก	ปานกลาง	รวม
1 คน (พักคนเดียว)	27	15	42
2 คน	113	83	196
3 คน	56	55	111
มากกว่า 3 คนขึ้นไป	17	34	51
รวม	213	187	400

$$\chi^2 = 12.057$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.007$$

$$\text{Somers's D} = 0.148^*$$

$$\text{Sig} = 0.001$$

จากตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 12.057 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่อาศัยในห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อด้วยสถิติ Somer'D พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.148 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 8.2** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้าน ความสนใจ		
	มาก	ปานกลาง	รวม
ขนาดความกว้างของห้องพัก	53	40	93
ราคาถูก	35	23	58
การเดินทางสะดวก	22	26	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	31	40	71
ความปลอดภัย, ใกล้ที่ทำงาน, ใกล้สถานศึกษา, อื่นๆ	72	58	130
รวม	213	187	400

$$\chi^2 = 5.616$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.230$$

จากตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 5.616 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.230 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 8.3** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้าน ความสนใจ		
	มาก	ปานกลาง	รวม
ครอบครัว	48	30	78
ญาติ	22	28	50
เพื่อน	76	47	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	18	15	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	49	67	116
รวม	213	187	400

$$\chi^2 = 13.143$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.011$$

$$\text{Cramer's V} = 0.181^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.011$$

จากตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 13.143 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าพาร์ทเมนท์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.181 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 8.4** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับระยะเวลาในการเช่าพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเช่าพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจ		
	มาก	ปานกลาง	รวม
0 - 6 เดือน	77	50	127
7 - 12 เดือน	39	36	75
1 ปีขึ้นไป	97	101	198
รวม	213	187	400

$$\chi^2 = 4.269$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.118$$

จากตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจกับพฤติกรรมการเช่าพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ

4.269 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.118 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 9** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**สมมติฐานย่อยที่ 9.1** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็น		
	มาก	ปานกลาง	รวม
1 คน (พักคนเดียว)	35	7	42
2 คน	126	70	196
3 คน	58	53	111
มากกว่า 3 คนขึ้นไป	19	32	51
รวม	238	162	400

$$\chi^2 = 24.656$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Somers'D} = 0.224^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

จากตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับพฤติกรรมกรเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 24.656 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่อาศัยในห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Somers'D พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.224 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

**สมมติฐานย่อยที่ 9.2** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้าน ความคิดเห็น		
	มาก	ปานกลาง	รวม
ขนาดความกว้างของห้องพัก	50	43	93
ราคาถูก	41	17	58
การเดินทางสะดวก	30	18	48
การให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวก	38	33	71
ความปลอดภัย, ใกล้ที่ทำงาน, ใกล้สถานศึกษา, อื่นๆ	79	51	130
รวม	238	162	400

$$\chi^2 = 5.603$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.231$$

จากตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 5.603 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.231 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน

หลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 9.3** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็น		
	มาก	ปานกลาง	รวม
ครอบครัว	52	26	78
ญาติ	26	24	50
เพื่อน	77	46	123
บุคคลอื่นที่แนะนำ	21	12	33
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	62	54	116
รวม	238	162	400

$$\chi^2 = 5.318$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.256$$

จากตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 5.318 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.256 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยที่ 9.4** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

$H_a$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

ระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์	รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็น		
	มาก	ปานกลาง	รวม
0 - 6 เดือน	77	50	127
7 - 12 เดือน	44	31	75
1 ปีขึ้นไป	117	81	198
รวม	238	162	400

$$\chi^2 = 0.103$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.950$$

จากตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 0.103 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.950 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 47 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรตาม		พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์			
		จำนวนคนที่พักอาศัย	เหตุผลสำคัญที่สุดในการเช่า	ผู้มีอิทธิพลตัดสินใจเช่า	ระยะเวลาในการเช่า
ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	เพศ	—	✓	—	—
	อายุ	—	✓	✓	✓
	ระดับการศึกษา	—	✓	✓	✓
	อาชีพ	—	✓	✓	✓
	รายได้ต่อเดือน	✓	✓	✓	✓
	สถานภาพทางการสมรส	✓	—	✓	✓
ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	กิจกรรม	✓	✓	✓	✓
	ความสนใจ	✓	—	✓	—
	ความคิดเห็น	✓	—	—	—

- ✓ สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ซึ่งผลการวิจัยที่ได้นั้นจะเป็นแนวทางและประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการศึกษาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ในอนาคต โดยสามารถตอบสนองความพึงพอใจและตรงกับความต้องการของผู้พักอาศัยได้อย่างเหมาะสม เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพ การบริการให้ดีขึ้น เหมาะสม และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาในโอกาสต่อไป

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ในประเด็นต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
3. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

#### ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางและประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการศึกษาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ในอนาคต โดยสามารถตอบสนองความพึงพอใจและตรงกับความต้องการของผู้พักอาศัยในเรื่องของปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพทางการสมรส รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต เช่น กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น ได้อย่างเหมาะสม และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาในโอกาสต่อไป

#### สมมติฐานการวิจัย

1. เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
2. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
3. ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามฯ 2

4. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
5. รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
6. สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
7. รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
8. รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
9. รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

## การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2 แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คน รวม 400 คน

### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกอพาร์ทเมนท์จำนวน 6 แห่งในย่านรามคำแหง 2 ได้แก่ 1) นัมเบอร์วันอพาร์ทเมนท์ 2) นิรันดร์อพาร์ทเมนท์ 3) ปิยโรจน์อพาร์ทเมนท์ 4) ศิริพงษ์อพาร์ทเมนท์ 5) เอเชียอพาร์ทเมนท์ 6) มายไฮมอพาร์ทเมนท์ เนื่องจากอพาร์ทเมนท์ทั้ง 6 แห่งเป็นอพาร์ทเมนท์ที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในย่านรามคำแหง 2 จึงทำให้เกิดความหลากหลายและเป็นกลุ่มตัวแทนของประชากร แล้วใช้การกำหนดตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน แบ่งเป็น 6 แห่ง แห่งละ 66-67 คน และใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) กับผู้ที่เต็มใจ และยินดีสละเวลาให้ข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้นำไปเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวนแบบสอบถาม

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questions) ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว จำนวน 6 ข้อ ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกสองข้อ (Dichotomous Question)

คำถามข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question) โดยสามารถแบ่งช่วงอายุได้ดังนี้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี, 21-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี

คำถามข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 4 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 6 สถานภาพการสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรวมค่าแห่ง 2 โดยแบ่งเป็น (1) คำถามด้านกิจกรรม จำนวน 8 ข้อ (2) ด้านความสนใจ จำนวน 6 ข้อ และ (3) ด้านความคิดเห็น จำนวน 6 ข้อ ลักษณะของคำถามเป็นมาตราส่วนประเมินคำตอบแบบ Likert Scale Question แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับการทำกิจกรรม 5 ระดับ ระดับความสนใจ 5 ระดับ และระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

**ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรวมค่าแห่ง 2 เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questions) จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกแบบหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 2 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Nominal Scale) โดยให้เรียงลำดับความสำคัญ ลำดับที่ 1-3

คำถามข้อที่ 3 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกแบบหลายข้อ (Multichotomous Question)

คำถามข้อที่ 4 เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงบัญญัติ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกแบบหลายข้อ (Multichotomous Question)

### วิธีการเก็บข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Data Source) การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

2.1 ดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเก็บจากผู้เช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยในย่านรามคำแหง 2

2.2 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2552 ถึง มีนาคม 2553

## การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดทำข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยจะต้องตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 14

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  = Coefficient) ของครอนบัค ในส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ทั้ง 3 ด้าน รวมทั้งแบบสอบถามเท่ากับ 1.268 โดยแต่ละด้านเป็น ดังนี้

ด้านกิจกรรม	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	.734
ด้านความสนใจ	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	.795
ด้านความคิดเห็น	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	.894

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเข้าพาร์ทเมนท์ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเข้าพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

4. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว สถิติที่ใช้ คือ Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ - test)

## สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

**ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพทางการสมรส พบว่า**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,00 บาท จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และมีสถานภาพโสด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75

**ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 พบว่า**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ดังนี้

### ด้านกิจกรรม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ในระดับกิจกรรมมาก ในเรื่องเมื่อมีเวลามักจะหาความบันเทิงในบ้าน เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอยู่ในบ้าน เช่น การดูแลทำความสะอาด ให้อาบน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ในระดับกิจกรรมปานกลาง ในข้อชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นเป็นทีม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 รองลงมาคือ การใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้านโดยการไปพักผ่อน หรือออกกำลังกาย เช่น ไปฟิตเนส หรือสวนสาธารณะ หรือสถานออกกำลังกายอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อมีเวลามักจะหาความบันเทิงนอกร้าน เช่น ไปชมภาพยนตร์ เทียวดิสนีย์แลนด์ ผับ ร้านอาหารโอเกะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นคนเดียว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 มักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกร้าน เช่น การถ่ายภาพตามสถานที่ต่างๆ โดยมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 และมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น การตกปลาเป็นงานอดิเรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 ตามลำดับ

### **ด้านความสนใจ**

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวม ในระดับความสนใจ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ในระดับความสนใจ มาก ในเรื่องชอบประกอบอาหารเพื่อรับประทานเองในห้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือบริเวณที่พักต้องมีร้านค้าขายอาหารอย่างเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การออกแบบลักษณะของตึกหรืออาคารที่พักให้ดูทันสมัยและสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการออกแบบภายในห้องพักให้ดูทันสมัย สวยงามและมีพื้นที่ใช้สอยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ในระดับความสนใจ ปานกลาง เพื่อความสำเร็จมักให้ความสนใจที่จะปฏิบัติหรือลงมือทำมากกว่าเป็นนักคิด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และการประสบความสำเร็จในชีวิตถือเป็นเรื่องใหญ่กว่าการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เป็นอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ

### **ด้านความคิดเห็น**

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวม ในระดับความคิดเห็น มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ในระดับความคิดเห็น มาก ในเรื่องชอบห้องพักที่มีบรรยากาศสงบเงียบ ไม่มีเสียงดังรบกวน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาเรื่องสามารถสนทนาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนบ้านได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในเรื่องสามารถปฏิบัติตามและยอมรับกฎระเบียบของที่พัก เช่น ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยง/ส่งเสียงดัง/ใช้หรือมั่วสุมยาเสพติด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ชอบห้องพักที่มีบรรยากาศครึกครื้น สามารถพบปะ พูดคุย สังสรรค์กับเพื่อนบ้านได้ตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง ในอนาคตสามารถยอมรับได้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ สำหรับผู้พักอาศัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และในอนาคตเมื่ออายุมากขึ้นจะยังคงเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 พบว่า**  
 จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่  
 จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก 2 คน จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 เหตุผลสำคัญที่สุดในการ  
 เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์คือ ความปลอดภัย, ใกล้ที่ทำงาน, ใกล้สถานศึกษา และอื่นๆ จำนวน 130 คน คิด  
 เป็นร้อยละ 32.50 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์คือเพื่อน จำนวน 123 คน คิดเป็น  
 ร้อยละ 30.75 และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ 1 ปีขึ้นไป จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50  
 ตามลำดับ

#### **ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน**

โดยมีสมมติฐานจำนวน 9 ข้อ ดังนี้

##### **สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2**

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์  
 ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ และด้าน  
 ระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

แต่เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือก  
 เช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

##### **สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามฯ 2**

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้าน  
 จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ด้านเหตุผล  
 สำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และ  
 ด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

**สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่าอพาร์ทเมนท์ใน  
 ย่านรามคำแหง 2**

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการเช่า  
 อพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

แต่ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2 ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้อพาร์ทเมนต์ และด้านระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

#### **สมมติฐานที่ 4** อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ในย่านรามฯ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก

แต่อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2 ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้อพาร์ทเมนต์ และด้านระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

#### **สมมติฐานที่ 5** รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้อพาร์ทเมนต์ และด้านระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

#### **สมมติฐานที่ 6** สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สถานภาพทางการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้อพาร์ทเมนต์

แต่สถานภาพทางการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้อพาร์ทเมนต์ และด้านระยะเวลาในการใช้อพาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

#### **สมมติฐานที่ 7** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อพาร์ทเมนต์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการ

เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

**สมมติฐานที่ 8** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

แต่รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก และด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

**สมมติฐานที่ 9** รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

แต่รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.05$

## อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 มีประเด็นที่นำมาอธิบายผลดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพทางการสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของแวนดาว ยัมแย้ม (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง พบว่า ผู้บริโภคที่มีการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แต่สอดคล้องกันในเรื่องของอายุ คือผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. หรือต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน

ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณวลัย อัสวเอกสุนทร (2550: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการเข้าพักอาศัยเซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ ระดับ Executive ย่านสาทร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี

สอดคล้องกับงานวิจัยของนราพร มโนรุ่งเรืองรัตน์ (2541: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัยประเภทเช่าของผู้ทำงานที่ศึกษาภาคสมทบ: กรณีศึกษาสถาบันราชภัฏจันเกษม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 ไม่เกิน 30 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

และสอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดลักษณะส่วนบุคคล (อัจจิมา เศรษฐบุตฺตร; และสายสวรรค์ เรื่องวิเศษ. 2542: 113) ที่ว่าเพศ (Sex) โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อหรือตัดสินใจสูง ไม่ว่าจะเป็สินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้เช่าที่เป็นคนตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์จะเป็นกลุ่มเพศหญิง ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังเช่าที่พักอาศัยในระดับปานกลาง และเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกับที่พักอาศัย โดยเล็งเห็นถึงความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายออกไปเพื่อเช่าที่พักอาศัย รวมถึงความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และด้านอื่นๆ โดยปัจจุบันธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ได้เน้นการพัฒนาเกี่ยวกับห้องพัก กว้างขวาง มาตรฐานในการรักษาความปลอดภัย รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับผู้เช่าเพื่อพัก

อาศัยเพื่อตอบสนองของกลุ่มคนในระดับระดับปานกลางเป็นหลักเช่นเดียวกัน ทั้งนี้จึงทำให้ทราบกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนท์จากคุณลักษณะข้างต้น ดังนั้นจึงควรเน้นการออกแบบบริการและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจให้ผู้เช่าเกิดการตัดสินใจเช่ารวมถึงให้มีการแนะนำบอกต่อกับคนที่รู้จักเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าหรือเป็นการหาลูกค้าเพิ่มให้กับธุรกิจ

2. ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรวมค่าแห่ง 2 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า

2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม สรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ในระดับกิจกรรมมาก ในเรื่องเมื่อมีเวลามักจะหาความบันเทิงในบ้าน เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอยู่ในบ้าน เช่น การดูแลทำความสะอาดบ้านให้สะอาดอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ในระดับกิจกรรมปานกลาง ในข้อชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นเป็นทีม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 รองลงมาคือ การใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้านโดยการไปพักผ่อน หรือออกกำลังกาย เช่น ไปฟิตเนส หรือสวนสาธารณะ หรือสถานออกกำลังกายอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อมีเวลามักจะหาความบันเทิงนอกบ้าน เช่น ไปชมภาพยนตร์ เทียวดิสนีย์แลนด์ รับประทานอาหารไอเกะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นคนเดียว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 มักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น การถ่ายภาพตามสถานที่ต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 และมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น การตกปลาเป็นงานอดิเรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 ตามลำดับ สอดคล้องกับทฤษฎีของ (อดุล จาตุรงค์กุล. 2543: 261) การทำกิจกรรมจะแตกต่างกันออกไป เช่นคนที่มีบุตรจะใช้เวลากับกิจกรรมของครอบครัว และคนโสดหรือคนที่ยังไม่มีบุตรจะใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ สรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับความสนใจปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในประเด็นที่แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับทฤษฎีของ (อดุล จาตุรงค์กุล. 2543: 261) ระดับความสนใจจะแตกต่างกันออกไป เช่นคนที่มีบุตรจะให้ความสนใจกับครอบครัว และคนโสดหรือคนที่ยังไม่มีบุตรจะให้ความสนใจในเรื่องของหน้าที่การงาน เพื่อนเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

2.3 รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น สรุปว่า ผู้เช่ามีความคิดเห็นในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นที่ชอบห้องพักที่มีบรรยากาศสงบเงียบ ไม่มีเสียงดังรบกวน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.49 สอดคล้องกับทฤษฎีของแอสซีล (Assael, 1995) ที่ว่าความคิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวังในอนาคต การเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากการประเมินทางเลือกโดยใช้ความคิดเห็นเป็นหลัก จึงมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในทางเลือกที่ดีที่สุดของแต่ละบุคคลได้

3. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพักจำนวน 2 คน ซึ่งมีเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์คือ ขนาดความกว้างของห้องพัก จำนวน 93 คน และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์คือ เพื่อน นอกจากนี้มีระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ 1 ปีขึ้นไปมาเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ 0-6 เดือน และ 7-12 เดือน ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุจดาว ประภาวัฒน์เวช (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้พักอาศัยต่อการบริการของอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา พบว่า ส่วนใหญ่ชอบพักอาศัยอยู่กับเพื่อน 2 คน และคิดว่าขนาดความกว้างของห้องพักที่เหมาะสมกับราคาเป็นเหตุผลที่ทำให้เลือกเช่า และระยะเวลาที่เช่าเพื่อพักอาศัยจนถึงปัจจุบันน้อยที่สุด 2 เดือน และมากที่สุด 72 เดือน เป็นต้น

4. ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 พบว่า

4.1 ผลการศึกษาคำสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สถานภาพทางการสมรส พบว่า

**เพศ** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ เพศมีความสัมพันธ์กันกับเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2539: 312-316) ที่ว่าเพศ (Sex) โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็สินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

**อายุ** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ กล่าวคือ กลุ่มของคนที่เป็นวัยผู้ใหญ่จะมีกระบวนการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายค่าเช่าออกไปเปรียบเทียบกับราคามากกว่ากลุ่มของคนที่เป็นวัยรุ่น หรือคนที่อายุน้อยกว่า สอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดลักษณะส่วนบุคคล (อัจจิมา เศรษฐบุตร; และสายสวรรค์ เรื่องวิเศษ. 2542: 113) ที่ว่าอายุที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน และแนวความคิดของพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2539: 312-316) ที่ว่า อายุ (Age) การจะทำให้ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันเปลี่ยนพฤติกรรมนั้น มีความยากง่ายแตกต่างกัน ผู้ที่มีอายุมาก ก็จะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า ซึ่งการชักจูงจิตใจ หรือโน้มน้าวจิตใจของ

คนนั้นยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น ซึ่งอายุของผู้เช่าจะมีผลต่อเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ผู้มีอิทธิพลในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

**ระดับการศึกษา** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2539: 312-316) กล่าวว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้บริโภค โดยเชื่อว่าการศึกษจะทำให้คนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป โดยผู้ที่มีการศึกษาสูง จะมีความสนใจในเรื่องที่มีเหตุผลสนับสนุนทั้งนี้เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้การที่ผู้บริโภคได้รับการศึกษาที่ดี จะทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ซับซ้อนมากขึ้นโดยเฉพาะด้านราคา

**อาชีพ** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ สอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดลักษณะส่วนบุคคล (อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ เรื่องวิเศษ 2542: 113) ที่ว่า อาชีพ (Occupation) ของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าที่จำเป็น ประธานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน ซึ่งผู้บริโภคที่มีอาชีพหน้าที่การงานที่ดี ย่อมมีความต้องการภาพลักษณ์ที่ดีในทุกด้าน รวมถึงด้านที่พักอาศัยหรืออพาร์ทเมนท์เช่าที่แต่ละคนอาศัยอยู่ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้อาศัย หรือผู้เช่าได้เช่นกัน ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดจะมีผลต่อเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์

**รายได้ต่อเดือน** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ สอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดลักษณะส่วนบุคคล (อัจจิมา เศรษฐบุตร; และสายสวรรค์ เรื่องวิเศษ. 2542: 113) ที่ว่า รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstance) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน โดยรายได้จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการซื้อสินค้า ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีอำนาจในการเลือกเช่าห้องพักที่มีราคาแพงได้ดีกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า ซึ่งรายได้ต่อเดือน จะมีผลต่อจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ

**สถานภาพทางการเงิน** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ สอดคล้องกับทฤษฎีของ สุภาภรณ์ พลนิกร (2548: 28, 31) ที่ว่าการแบ่งส่วนตลาด อาจนำสถานภาพทางการเงินมาพิจารณาประกอบกับรายได้หรือพิจารณาร่วมกับรายได้และลักษณะการซื้อ สรุปว่า สถานภาพทางการเงินมีความสัมพันธ์กันในด้านจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก ด้านผู้มีอิทธิพลใน

การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ และด้านระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สถานภาพทางการสมรสที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ต่างกันไปด้วย

4.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า

**ด้านกิจกรรม** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ต่างก็มีกิจกรรมที่ต่างกัน สอดคล้องกับทฤษฎีของริเมอร์ (Reimer. 1995: 124-125) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบเฉพาะกิจของกิจกรรมในแต่ละวันที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของคนนั้นๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนกัน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างกันจากคนอื่น ๆ ซึ่งอาจจะไม่มีคนอื่น ๆ ทำในสิ่งที่เหมือนกันก็เป็นได้ จึงทำให้มีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนๆ กัน

**ด้านความสนใจ** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 ต่างก็มีความสนใจที่ต่างกัน สอดคล้องกับทฤษฎีของคอตเลอร์ (Kotler. 1997: 173) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมการบริโภคให้แก่การตลาด ทำให้เข้าใจผู้บริโภคได้มากขึ้นและสามารถนำไปวางแผนทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น และเป็นหนึ่งปัจจัยด้านตัวบุคคล (Personal) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว (Interest) อาจจะเป็นความสนใจบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึงระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง สรุปว่า ผู้เช่ามีระดับความสนใจในระดับปานกลาง เพราะฉะนั้นการที่เราทราบได้ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องใดเป็นพิเศษก็จะทำให้หาวิธีการหรือออกแบบบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดได้

**ด้านความคิดเห็น** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ทั้งนี้เนื่องจากการเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยนั้นผู้บริโภคแต่ละรายมีวัตถุประสงค์และระดับความคิดเห็นที่ต่างกันในการเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เรย์โนลด์และดาร์เดน (Raynolds; & Darden. 1993) ที่ว่าความคิดเห็นเป็นคำตอบของแต่ละบุคคลในการตอบสนองสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนคำถามในลักษณะของการตีความ ความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดี และผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้เช่าที่เช่าอพาร์ทเมนท์ มีระดับความคิดเห็นที่ต่างกันออกไป สรุปว่า ผู้เช่ามีระดับความคิดเห็นในระดับมาก เพราะฉะนั้นผู้ให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่าอพาร์ทเมนท์จะต้องมีการนำเอาความคิดเห็นต่างๆ ของผู้เช่ามาประเมินเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้เช่าได้

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งสามารถนำไปประกอบเพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลักต่อไป และควรเพิ่มการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา เพราะเป็นกลุ่มรองลงมาจากกลุ่มคนที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งมีความต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อเป็นที่พักอาศัยด้วยเช่นกัน

2. ผลการวิจัยทำให้ทราบว่าผู้เช่ามีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ควรเน้นการออกแบบห้องพักหรืออพาร์ทเมนท์ให้สามารถรองรับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้เช่าให้ได้มากที่สุด

3. ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเช่าในเรื่องของจำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก จำนวน 2 คน เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์คือขนาดความปลอดภัย ใกล้สถานที่ทำงาน ใกล้สถานศึกษา จำนวน 130 คน ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์คือเพื่อน จำนวน 123 คน นอกจากนี้ระยะเวลาในการเช่าอพาร์ทเมนท์ คือ 1 ปีขึ้นไป ซึ่งสามารถนำไปประกอบเพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป เช่นควรปรับปรุงรูปแบบการให้บริการมีความโดดเด่นต่างจากอพาร์ทเมนท์อื่น ควรเลือกทำเลในการสร้างอพาร์ทเมนท์ให้ใกล้กับสถานที่ทำงาน สถานศึกษาของผู้เช่า มีการจัดการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี หรืออาจจะต้องมีการปรับขนาดของห้องพักให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เช่าอีกด้วย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าให้ได้รับความสะดวกสบาย และปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาถึงปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ เช่น ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด และทัศนคติของผู้บริโภค เป็นต้น

2. ศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อการเช่าอพาร์ทเมนต์ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงคุณภาพของธุรกิจบริการให้เช่าอพาร์ทเมนต์ เพื่อให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ในย่านรามคำแหง 2 เพียง 6 แห่งเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในเรื่องสาเหตุที่ทำให้ผู้เช่าตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์จากเช่าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง และพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นไป และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความกว้างและความลึกของข้อมูลที่มีมากกว่า

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วแหยม. (2539). ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักอาศัยและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดุจดาว ประภาวัฒน์เวช. (2549). ศึกษา ความพึงพอใจ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้พักอาศัยต่อการให้บริการของอพาร์ทเมนท์บ้านรินรดา. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นราพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. (2541). ศึกษา ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัยประเภทเช่าของพนักงานที่ศึกษาภาคสมทบ: กรณีศึกษาสถาบันราชภัฏจันเกษม. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- ฟิลิป คอทเลอร์; และคณะ. (2549). การจัดการการตลาด ฉบับเอเชีย - -. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- (2541). คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยกับการแบ่งความหมาย: เรื่องง่ายๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. ข่าวสารการวิจัยการศึกษา. 18-11.
- วรรณวลัย อัครเอกสุนทร. (2550). ศึกษา ความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการเข้าพักอาศัยเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ Executive ย่านสาทร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- แหวดาว ยิ้มแย้ม. (2547). *ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม; และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุนณา อยู่โพธิ์. (2544). *ตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาพร พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม; และไซเท็กซ์.
- (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม; และไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2534). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล; และดลยา จาตุรงค์กุล. (2549). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bovee, Courtland L.; Houston, Michael J.; & Thill, John V. (1995). *Marketing*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management : analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2003.
- LoveLock H. Christopher. (1996). *Managing Services*. New York: McGraw-Hill Book Company. Oliver, R.L. A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals, Different.
- Reynlds, F., Darden, W. (1993). Constructing lifestyle and psychographics, in Wells, W.D. (Eds), *Lifestyle and Psychographics*. American Marketing Association, Chicago, IL, pp.73-95.
- Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazer. (1994). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถาม

### เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2

#### **ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

( ) 21-30 ปี

( ) 31-40 ปี

( ) 41-50 ปี

( ) 51-60 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) นักเรียน/นักศึกษา

( ) พนักงานบริษัทเอกชน

( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ

( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

( ) 10,001 – 20,000 บาท

( ) 20,001 – 30,000 บาท

( ) 30,001 – 40,000 บาท

( ) 40,001 – 50,000 บาท

( ) 50,001 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพทางการสมรส

( ) โสด

( ) สมรส/ อยู่ด้วยกัน

( ) หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านในการทำกิจกรรม ต่อไปนี้

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม				
	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยทำ
	(7 วัน)	(5-6 วัน)	(3-4 วัน)	(1-2 วัน)	(0 วัน)
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>งานอดิเรก</b>					
1) ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอยู่ในบ้าน เช่น การดูแลทำความสะอาดบ้าน ให้สะอาดอยู่เสมอ					
2) ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้านโดยการไปพักผ่อน หรือออกกำลังกาย เช่น ไปฟิตเนส หรือสวนสาธารณะ หรือสถานออกกำลังกายอื่นๆ					
3) ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้านเช่น การถ่ายภาพตามสถานที่ต่างๆ					
4) ท่านมักใช้เวลาว่างทำกิจกรรมนอกบ้านเช่น การตกปลาเป็นงานอดิเรก					
<b>การบันเทิง</b>					
5) เมื่อมีเวลาท่านมักจะหาความบันเทิงในบ้าน เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง					
6) เมื่อมีเวลาท่านมักจะหาความบันเทิงนอกบ้าน เช่น ไปชมภาพยนตร์ เที่ยวดิสนีย์แลนด์ ผับ ร้านอาหารไอเกะ					
<b>การเล่นกีฬา</b>					
7) ท่านชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นเป็นทีม					
8) ท่านชอบเล่นกีฬาที่ต้องเล่นคนเดียว					

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ความสนใจ	ระดับความสนใจ				
	สนใจมากที่สุด	สนใจมาก	ไม่แน่ใจ	ไม่ค่อยสนใจ	ไม่สนใจเลย
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>อาหาร</b>					
9) บริเวณที่พักของท่านต้องมีร้านค้าขายอาหารอย่างเพียงพอ					
10) ท่านชอบประกอบอาหารเพื่อรับประทานเองในห้องพักของท่าน					
<b>แฟชั่น</b>					
11) การออกแบบลักษณะของตึกหรืออาคารที่พักให้ดูทันสมัยและสวยงาม					
12) การออกแบบภายในห้องพักให้ดูทันสมัย สวยงามและมีพื้นที่ใช้สอยมาก					
<b>ความสำเร็จ</b>					
13) เพื่อความสำเร็จท่านมักให้ความสนใจที่จะปฏิบัติหรือลงมือทำมากกว่าเป็นนักคิด					
14) สำหรับท่านการประสบความสำเร็จในชีวิตถือเป็นเรื่องใหญ่กว่าการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เป็นอย่างมาก					

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>ผลิตภัณฑ์</b>					
15) ท่านชอบพักห้องพักที่มีบรรยากาศสงบเงียบ ไม่มีเสียงดังรบกวน					
16) ท่านชอบพักห้องพักที่มีบรรยากาศครึกครื้น สามารถพบปะ พูดคุย และสังสรรค์กับเพื่อนบ้านได้ตลอดเวลา					
<b>ความสัมพันธ์ส่วนตัว/ต่อตัวเอง</b>					
17) ท่านสามารถปฏิบัติตามและยอมรับกฎระเบียบของที่พัก เช่น ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยง ห้ามส่งเสียงดัง ห้ามใช้หรือมั่วสุ่มยาเสพติด					
18) ท่านสามารถสนทนาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนบ้านได้					
<b>อนาคต</b>					
19) ในอนาคตท่านสามารถยอมรับได้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆสำหรับผู้พักอาศัย					
20) ในอนาคตเมื่ออายุมากขึ้นท่านจะยังคงเช่าอพาร์ทเมนท์ เพื่อเป็นที่พักอาศัยต่อไป					

**ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพักของท่าน (รวมตัวท่านด้วย)
 

( ) 1 คน (พักคนเดียว)	( ) 2 คน
( ) 3 คน	( ) มากกว่า 3 คนขึ้นไป
2. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ท่านพักอยู่ในย่านรามคำแหง 2 (เลือกตอบได้ 3 อันดับ)
 

( ) ขนาดความกว้างของห้องพัก	( ) ราคาถูก
( ) การเดินทางสะดวก	( ) การให้บริการ
( ) สิ่งอำนวยความสะดวก	( ) ความปลอดภัย
( ) ใกล้ที่ทำงาน	( ) ใกล้สถานศึกษา
( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....	
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2
 

( ) ครอบครัว	( )ญาติ
( ) เพื่อน	( ) บุคคลอื่นที่แนะนำท่าน
( ) ตัดสินใจด้วยตัวเอง	( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ท่านเช่าอพาร์ทเมนท์ในย่านรามคำแหง 2 เพื่ออยู่อาศัยเป็นระยะเวลาเท่าใด
 

( ) 0-6 เดือน	( ) 7-12 เดือน
( ) 1 ปีขึ้นไป	

\*\*\*\*\* ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม \*\*\*\*\*

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อ.ดร.พนิต กุลศิริ	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทราพร จิตสร้างบุญ	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายศรชัย จอมคำ
วันเดือนปีเกิด	18 มิถุนายน 2524
สถานที่เกิด	อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	468/548 บ้านกลางกรุงสยาม-ปทุมวัน อาคารบี ชั้น 25 ถนนเพชรบุรี แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่จัดซื้อกลางสำนักงานใหญ่
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท แอล.จี. อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จาก วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) สาขาการตลาด จาก มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ. 2553	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาการตลาด จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ