

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิทกรุงเทพมหานคร  
Factors Affecting Residential Rental Behavior of Consumers in Sukhumvit  
Area Bangkok

นิภาพร แก้วอุดร

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nipaporn Kaewudorn

Email: 6314155048@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management

Ramkhamhaeng University

Corresponding Author

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ด้วย โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญหรือสะดวก (Convenience Sampling) ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานครที่มี สถานภาพ และรายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัย โดยภาพรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ:** ที่พักอาศัย, ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม, พฤติกรรมตามแผน, ปัจจัยด้านการจัดการ

## Abstract

The purposes of this research were 1) to study the residential rental behavior of consumers in the Sukhumvit area. Bangkok 2) To study the residential rental behavior of consumers in the Sukhumvit area. Bangkok is Classified by individual factors 3) To study the behavioral factors according to the plan and the management factors affecting the residential rental behavior of consumers in the Sukhumvit area. Bangkok too by using a random or convenient (Convenience Sampling) questionnaire was used to collect data from 400 people in Bangkok.

The analysis found that consumers in the Sukhumvit area of Bangkok with different statuses and incomes had opinions about the behavior of renting accommodation. overall different when considering side by side It was found that the difference was significant at the 0.05 level. and the behavioral factors according to the plan attitude towards behavior cognitive ability to control behavior and the amenability to the reference group Influencing the residential rental behavior of consumers in the Sukhumvit area. Bangkok

**Keywords:** Accommodation, factors affecting behavior, planned behavior, management factors

## บทนำ

ปัจจัยสี่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่มนุษย์ทุกคนมีความจำเป็นต้องมี ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสี่ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ก็คือที่อยู่อาศัย โดยทั่วไปพฤติกรรมการอยู่อาศัยของมนุษย์มีความต้องการพื้นฐานน้อยที่สุด คือ กิน นอน พักผ่อน ดังนั้น รูปแบบของที่อยู่อาศัยจึงถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานดังกล่าวในเบื้องต้น ในปัจจุบันความต้องการที่อยู่อาศัยของแต่ละบุคคลเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ตามภาวะการณ์เพิ่มขึ้นของครัวเรือน ความต้องการที่พักอาศัยในทำเลที่ใกล้สถานที่ทำงาน สถานศึกษาแหล่งชุมชน หรือแหล่งพาณิชยกรรมมีมากขึ้นโดยทุกคนนั้นต้องการเลือกที่อยู่อาศัยที่ดีที่สุด ทั้งนี้ยังเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของชีวิตแล้วยังจะเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต รวมทั้งฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนอีกด้วย ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากร

ทำเลถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของผู้บริโภค และสุขุมวิทเองจึงเป็นที่น่าสนใจ เพราะสถานที่ตั้ง ศูนย์กลางธุรกิจ ส่วนใหญ่มักตั้งอยู่ในทำเลกลางเมือง สะดวกต่อการคมนาคม และ complex เช่น สโมสร สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ทำเลจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่อยู่อาศัย สุขุมวิทจึงเป็นที่น่าจับตามอง เพราะเหมาะกับการอยู่อาศัย และ การลงทุน มีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง สำหรับถนน

สุขุมวิท ถนนสายสำคัญของกรุงเทพฯ ที่พาดผ่านใจกลางเมือง ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ เป็นทำเลที่คึกคักไปกับทางด่วนและมีจุดขึ้นลงทางด่วนหลายจุดให้เลือกใช้ นอกจากนี้ยังมีเส้นทางรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา (รถไฟฟ้าบีทีเอส) สถานีโศก และเส้นทางรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (รถไฟฟ้าใต้ดิน) สถานีสุขุมวิท ทำให้เดินทางสะดวกสบาย อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายทั้งร้านอาหาร ศูนย์การค้า และร้านค้าหลายสัญชาติ นอกจากนี้ยังมีห้างสรรพสินค้าชั้นนำ อาทิ ดีเอ็มควอเทียร์, ดีเอ็มโพเรียม, เทอร์มินอล ทเวนตีวัน เป็นต้น ทางด้านความปลอดภัยด้วยย่านสุขุมวิทเป็นแหล่งที่นักธุรกิจอยู่เป็นจำนวนมาก สามารถเข้าถึงโรงพยาบาลมาตรฐานระดับโลกและศูนย์บริการสุขภาพดี ๆ ได้มากที่สุดสุขุมวิทเป็นจุดที่ดีที่สุดสำหรับเรื่องสุขภาพ เพราะเป็นทำเลที่เข้าถึงโรงพยาบาลชั้นนำระดับโลกได้มากที่สุดและรวดเร็วที่สุด อาทิ โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลตำรวจ โรงพยาบาลปิ เอ็น เฮล โรงพยาบาลจุฬา โรงพยาบาลสุขุมวิท โรงพยาบาลพิน ฯลฯ บริเวณย่านนี้จึงกลายเป็นแหล่งรวมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมทั้ง Day Life และ Night Life สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้ชีวิตในเมือง ทำงาน กินดื่ม เที่ยว และอยู่อาศัย สำหรับกลุ่มผู้เช่าหลักส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น ซึ่งนิยมพักอาศัยในย่านนี้มาก เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิต ด้วยความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการเดินทาง ทำให้ทำเลสุขุมวิทมีความต้องการที่อยู่อาศัยทั้งจากคนไทยและชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบกับผู้วิจัยในฐานะที่ทำงานด้านธุรกิจ การบริหารอาคาร อพาร์ทเมนต์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษารองรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน และปัจจัยการจัดการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าที่พักอาศัย โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้กรอบแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ศึกษามาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปในอนาคตและเพื่อเป็นแนวทางให้บริษัทนำไปปรับปรุงพัฒนาและวางแผนการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมเช่าและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดผลกำไรสูงสุดและประสบผลสำเร็จในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานของการศึกษา

**สมมติฐานที่ 1** ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน และปัจจัยการจัดการมีผลต่อพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย เป็นการรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) และได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

**ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา** ลักษณะประชากรที่ใช้ในงานวิจัย เป็นผู้มีอายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 24 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ข้อมูล ณ วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2566 จำนวน 5,588,222 คน ( สำนักสิ่งแวดล้อม และสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล (กรุงเทพมหานคร), 2566)

**ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย** การดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566

**ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย** ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน ปัจจัยการจัดการ ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิทกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางให้บริษัทนำไปปรับปรุงพัฒนาและวางแผนการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเช่าและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีศักยภาพทำให้เกิดผลกำไรสูงสุดและประสบผลสำเร็จในอนาคต

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมและพฤติกรรมศาสตร์ที่ไอเซค เอจเซน (Icek Ajzen, 1991) และมาร์ติน ฟิชบายน์ (Martin Fishbein, 1980) เป็นผู้พัฒนาขึ้นสำหรับในด้านธุรกิจ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนก็ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อใช้ในการศึกษาสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมขององค์กรหรือผู้บริหารขององค์กร พนักงานและลูกค้าเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ด้านบริหารและการออกกลยุทธ์อย่างไรก็ตาม จากการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลบทความวิจัยต่าง ๆ พบว่าการศึกษาทางธุรกิจโดยใช้ประโยชน์จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยังมีน้อยซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของเซาท์ลีย์ (Southey, 2011) ที่เห็นว่าการนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาใช้ยังมีจำกัดในการวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่จำกัดนี้อาจหมายถึงโอกาสที่ดีในการนำมาใช้วิจัยมากขึ้นในอนาคตโดยมีปัจจัยเป็นตัวกำหนดที่จะกระทำพฤติกรรม 3 ประการ คือ ทิศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีการจัดการ

ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1980 ที่ปรึกษาธุรกิจของบริษัท McKinsey & Company Consulting ประกอบด้วย Tom Peters, Robert Waterman, Julien Philips พร้อมด้วยความร่วมมือช่วยเหลือจาก Richard Pascale และ Anthony G. Athos ได้ร่วมกันพัฒนา 7S Model ให้เป็นแบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์รูปแบบขององค์กรจากองค์ประกอบภายใน 7 ประการช่วยให้ผู้บริหารสามารถประเมินสภาพขององค์กรว่าควรปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงในเรื่องใด อย่างไร จึงจะสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรได้ตามเป้าหมาย แบบจำลองนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในวงการวิชาการและการนำไปปฏิบัตินับเป็นเครื่องมือประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดเครื่องมือหนึ่งต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน (Thomas J. Peters, Robert H. Waterman Jr, 1980)

พื้นฐานแนวคิดของ 7S Model คือ องค์กรมีองค์ประกอบภายในที่สำคัญ 7 ประการ ซึ่งต้องทำงานให้สัมพันธ์สอดคล้อง (interconnected) และเสริมแรงซึ่งกันและกัน การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่ง จะกระทบต่อองค์ประกอบตัวอื่น ๆ ทั้งหมดจึงเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบทั้งหลายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้นองค์ประกอบภายในทั้ง 7 แบ่งเป็นสองกลุ่ม คือหนึ่ง กลุ่มนโยบาย (hard elements) สามารถจับต้องมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ค่อนข้างชัดเจนผู้บริหารสามารถปรับเปลี่ยนให้เป็น

อย่างที่ต้องการในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางการบริหาร ประกอบด้วย กลยุทธ์

โครงสร้าง ระบบ รูปแบบ บุคลากร ทักษะ ค่าความนิยม หรือคุณค่าที่มีร่วมกัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน ประกอบด้วย - ทักษะคิดต่อพฤติกรรม - การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม
3. ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่เรียกว่า แบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัด กระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการสถิติ โดยขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญทางการศึกษาวิจัย 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC สูงสุดเท่ากับ 1 ซึ่งค่า IOC ของข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัดและสามารถนำไปทดลองใช้ กับผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คนและค่าหาสัมประสิทธิ์อัลฟาได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.947 แสดงว่าข้อคำถามมีระดับความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน ปัจจัยการจัดการ และพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภค

#### 2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคจำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน และปัจจัยการจัดการ (7S McKinsey) ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภค โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

1. ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 มีอายุ 25 - 40 ปี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 55,000 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0

2. ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ตามลำดับ

3. ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นด้วยกับเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านความระบบ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านโครงสร้าง ด้านทักษะความสามารถ ด้านกลยุทธ์ และยุทธศาสตร์ และด้านค่านิยมร่วม ตามลำดับ

4. ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นด้วยกับเกี่ยวกับพฤติกรรมและการเข้าที่พักอาศัยโดยรวมในระดับมาก

5. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภค ในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

5.1 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมและการเข้าที่พักอาศัยไม่แตกต่างกัน

5.2 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมและการเข้าที่พักอาศัยไม่แตกต่างกัน

5.3 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.4 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัย ไม่แตกต่างกัน

5.5 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัย ไม่แตกต่างกัน

5.6 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยการจัดการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิทกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน คือ ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยการจัดการ 4 ด้าน คือ ด้านระบบ ด้านบุคลากร ด้านทักษะ ความสามารถ และด้านค่านิยมร่วม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 31** ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยการจัดการ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกรเข้าที่พักอาศัยของ ผู้บริโภค ในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร	b	Std. Error	Beta	t	Sig.	F	Sig.
ค่าคงที่	0.498	0.150		3.309	0.001*	76.57	0.000*
1. ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม	0.039	0.044	0.036	0.881	0.378		
2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	-	0.028	-	-	0.203		
	0.036		0.048	1.274			
3. ด้านการรับรู้ความสามารถในการ ควบคุมพฤติกรรม	0.338	0.056	0.337	6.071	0.000*		
4. ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์	-	0.060	-	-	0.213		
	0.075		0.076	1.246			
5. ด้านโครงสร้าง	0.061	0.063	0.059	0.964	0.336		
6. ด้านระบบ	-	0.058	-	-	0.020*		
	0.135		0.131	2.336			
7. ด้านรูปแบบการบริหาร	-	0.065	-	-	0.885		
	0.009		0.009	0.144			
8. ด้านบุคลากร	0.427	0.054	0.439	7.915	0.000*		
9. ด้านทักษะ ความสามารถ	0.147	0.067	0.148	2.194	0.029*		
10. ด้านค่านิยมร่วม	0.134	0.063	0.135	2.135	0.033*		

$R = 0.814$ ,  $R^2 = 0.663$ , Adjust R Square = 0.654, SEE = 0.320

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**จากตารางที่ 31** จากการวิเคราะห์สมการถดถอย (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน คือ ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยการจัดการ 4 ด้าน คือ ด้านระบบ ด้านบุคลากร ด้านทักษะ ความสามารถ ด้านค่านิยมร่วม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงที่สุด คือ ด้านบุคลากร ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.427 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.338 ด้านทักษะความสามารถ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.147 ด้านระบบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การ

ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ  $-0.135$  ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือ ด้านค่านิยมร่วม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ  $0.134$  ทำให้ตัวแปรทั้ง 5 ตัวนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 66.3 มีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm 0.150$  ซึ่งสามารถสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.498 + 0.338 (\text{ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม}) \\ + (-0.135) (\text{ด้านระบบ}) + 0.427 (\text{ด้านบุคลากร}) + 0.147 (\text{ด้านทักษะความสามารถ}) + 0.134 (\text{ด้านค่านิยมร่วม})$$

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานครนั้นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการบริการของที่พักอาศัยมีการกำหนดขั้นตอนการเช่าและระเบียบในการเช่าที่พักอาศัยชัดเจน ในส่วนของที่พักอาศัยโปร่งอากาศถ่ายเทได้ดี บริเวณรอบ ๆ มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ และเดินทางเข้าที่พักอาศัยได้สะดวก

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด กับ สมรส มีพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้มีการตัดสินใจเลือกที่ต่างกัน เนื่องจากรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันย่อมมีความต้องการใช้บริการเช่าต่างกัน ผู้ที่สมรสแล้วจะมีการปรึกษาและคำนึงถึงความเห็นของอีกฝ่ายด้วย ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพโสดสามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง จึงส่งผลให้มีพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยแตกต่างกัน

2.2 ผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยต่างกัน ซึ่งผลวิจัยพบว่า รายได้เป็นหนึ่งในปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัย ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมีกำลังในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำซึ่งมีข้อจำกัดในการเช่าที่พักอาศัย เช่น ราคาเช่า ราคาส่วนกลาง หน่วยค่าน้ำค่าไฟ เป็นต้น ทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผน ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเลือกเช่า โดยผู้บริโภคพิจารณาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ทั้งในเรื่องของการเลือกที่พักอาศัยโดยคำนึงถึงสถานที่ตั้ง สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักอาศัย ความปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกสบาย เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของเอจเซน (Ajzen, 1991)

3.2 ปัจจัยการจัดการ ด้านระบบ มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ที่พักอาศัยที่มีระบบการบริหารจัดการภายในที่ดี มีการวางแผนงานกันอย่างเป็นระบบ มีการนำระบบที่มีความทันสมัยมาใช้ เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติในการดูแลความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็น Key card ในการเข้าที่พัก เข้าลิฟท์ หรือแม้แต่เช่าที่จอดรถ มีกล้องวงจรปิดดูแลรักษาความปลอดภัย เป็นต้น รวมไปถึงระบบน้ำประปา ระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

3.3 ปัจจัยการจัดการ ด้านบุคลากร มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ที่พักอาศัยที่มีบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติตามนโยบาย และแนวทางขององค์กร ได้แก่ การจัดบุคคลให้เหมาะสมกับงาน มีความชำนาญในงานที่ได้ปฏิบัติ พนักงานพึงพอใจในงานที่ปฏิบัติสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้ผู้บริโภคที่ได้รับการให้บริการประทับใจ

3.4 ปัจจัยการจัดการด้านทักษะ ความสามารถ มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า การบริการ ที่พนักงานช่วยเหลือให้ลูกค้าได้ในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งพนักงานต้องมีทักษะต่าง ๆ อาทิเช่น ทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า สร้างบรรยากาศที่ละลายพฤติกรรมระหว่างผู้เช่าอาคารเพื่อสร้างความเป็นกันเองให้เกิดขึ้น ตลอดจนทักษะการสื่อสารในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าเช่นข้อกำหนดที่ท้องถิ่นที่เป็นประโยชน์ต่อชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภค

3.5 ปัจจัยการจัดการ ด้านค่านิยมร่วม มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็น ความสำคัญในการสร้างค่านิยมร่วมกัน ด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นในคุณค่าจะเป็นแรงผลักดันสู่ความสำเร็จ อันจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นว่าองค์กรหรือหน่วยงานของเราทุกคนสำคัญเสมอ ปลูกฝังให้พนักงานมีความรู้สึกร่วมในการปฏิบัติงานร่วมกันส่งผลให้องค์กรดำเนินงานได้โดยบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงกลุ่มผู้บริโภคในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร เท่านั้น ไม่สามารถนำไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อื่น ๆ รวมถึงผู้ประกอบการในเขตพื้นที่อื่นได้ โดยข้อเสนอแนะในการวิจัยนี้ใช้สำหรับผู้ประกอบการในเขตสุขุมวิท ที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน อีกทั้งใช้เป็นแนวทางให้บริษัทนำไปปรับปรุงพัฒนาและวางแผนการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีศักยภาพทำให้เกิดผลกำไรสูงสุดและประสบผลสำเร็จในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพ ซิตี้ส്മาร์ท. (2560). 5 เหตุผล ที่ควรเลือกเช่ามากกว่าลงทุนซื้อ. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2566. จาก <https://bit.ly/35zOnXB>
- กียรติ ยศยิ่งยง. (2548). การวางแผนการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์การเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จิราพรรณ สายทอง. (2559). การพิจารณาการเลือกเช่าที่พักอาศัยของพนักงานบริษัท กลุ่มประเทศ CLMV ในเขตพื้นที่ ตำบลบ่อวิน อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.
- ชญมน พละบุญ. (2563). อิทธิพลของปัจจัยด้านการจัดการในองค์การและการจัดการเวลาต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลรัฐบาลขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- ชูชัย สมมติไกร (2550). การสรรหา การคัดเลือก และการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วี.พรีนท์ (1991).
- เดอะบางกอกเรซิเด้นซ์. (ม.ป.ป). 5 เหตุผลที่ย่านสุขุมวิทเป็นที่พักสุดเลิฟของชาวญี่ปุ่น Little JAPAN ย่านสุขุมวิท. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2566. จาก <https://www.thebkkresidence.com/article/5-เหตุผลที่ย่านสุขุมวิทเป็นที่พักสุดเลิฟของชาวญี่ปุ่น>
- ธนพล คำล้ำเลิศ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม. กรุงเทพฯ
- ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร. (2564). 7S Model [McKinsey] องค์ประกอบ 7 ประการภายใน องค์กรซึ่งต้องทำให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน. สารานุกรมการบริหารและการจัดการ, 19 มกราคม 2566. <https://drpiyanan.com/2021/05/27/7s-model-mckinsey/>.

- พรพรรณ พันธุ์แจ่ม. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อม.  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- พัชสิรี ชมภูคำ. (2552). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- พิภพ วังเงิน. (2547). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.
- มัทนา งามรินอ าไพ. (2560). การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกเช่า เอวี อพาร์ทเมนท์ เขตราชบุรีบูรณะ  
 กรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโท มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค. ค้นเมื่อ  
 15 กุมภาพันธ์ 2566. จาก <https://doctemple.wordpress.com>
- วิลาวรรณ รพีพิศาล. (2554). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : วิจิตรทัศน์.
- Ajzen, I (1991). “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Process*. 50(2): 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*.
- Bennington, A. J., & Minutolo, M. C. (2013). Intent to be a socially responsible small or medium-sized enterprise: theory of planned behavior and leaders’ actualizing. *Journal of Management and Sustainability*, 3(1), 1-8.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*, 8th: New York: Dryder.
- Rivera-Camino, J. (2012). Corporate environmental market responsiveness: a model of individual and organizational drivers. *Journal of Business Research*, 65(3), 402-411.
- Southey, G. (2011). The theories of reasoned action and planned behavior applied to business decisions: a selective annotated bibliography. *Journal of New Business Ideas & Trends*, 9(1), 43-50.
- Thomas J. Peters, Robert H. Waterman Jr (1980). 7S McKinsey. *In search of Excellence*.