

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงาน
ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี

FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO RENT CONDOMINIUM
HOUSING OF EMPLOYEES IN AMATA CITY INDUSTRIAL ESTATE,
CHONBURI PROVINCE

อลิสา พันทะกาล

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Alisa Pantakan

Email: Alisajake135.ap@gmail.com

Faculty of Business Administration Program Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่เช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 215 คน คิดเป็น ร้อยละ 53.8 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.8 มีสถานภาพสมรส จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และมีอายุงาน 11 ปีขึ้นไป จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยพนักงานให้ความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ตามลำดับ การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยพนักงานให้ความคิดเห็นมากที่สุดในด้านการตัดสินใจใช้บริการด้านการประเมินผลทางเลือก และด้านการรับรู้ปัญหา ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบอีกว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) มีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 70.6 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด , การตัดสินใจเช่า , คอนโดมิเนียม

ABSTRACT

This research aims to 1) study the marketing mix factors affecting the decision to rent condominium housing of employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, and 2) study the relationship between the marketing mix factors affecting the decision to rent condominium housing of employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province. The sample group used in this study consists of 400 employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, who rent condominium housing within the industrial estate. The tool used for data collection is a questionnaire. The statistics used for data analysis include frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing, Pearson Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis were used. The research findings show that most of the respondents are male, totaling 215 people (53.8%), aged 31-40 years, totaling 179 people (44.8%), married, totaling 201 people (50.2%), with a bachelor's degree, totaling 252 people (63.0%), with an average monthly income of 20,001-30,000 baht, totaling 107 people (26.8%), and with a work tenure of over 11 years, totaling 159 people (39.8%).

The marketing mix factors affecting the decision to rent condominium housing of employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, are overall at the highest level of opinion. Employees rated all aspects at the highest level: physical evidence, people, process, product, price, promotion, and place, respectively. The decision to rent condominium housing of employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, is overall at the highest level of opinion, with employees giving the highest opinions in service decision, alternative evaluation, and problem recognition, respectively.

Hypothesis testing results show that all marketing mix factors have a positive relationship with the decision to rent condominium housing of employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, with statistical significance at the 0.01 level. Furthermore, it is found that the factors affecting the decision to rent condominium housing of employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, in order of impact are: place, product, promotion, physical evidence, and process. These factors collectively predict the decision to rent condominium housing of employees in the Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, with 70.6% accuracy and statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Marketing Mix Factors, Rental Decision, Condominium

บทนำ

ด้วยสภาพสังคม เศรษฐกิจ ประกอบกับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ทำให้จังหวัดชลบุรีมีประชากรแฝงประมาณ 1,500,000 คน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผู้โยกย้ายเข้ามาทำงานในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดึงดูดแรงงานเข้ามาเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยสูงตามไปด้วย คอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยประเภทหนึ่งที่มีความนิยมน้อยอย่างสูงในการเลือกเป็นที่พักอาศัย ด้วยความที่กลุ่มแรงงานที่เข้ามาทำงานใหม่มีรายได้ยังไม่สูงพอจะซื้อคอนโดมิเนียมเองได้ แต่ปัจจุบันการอยู่อาศัยของคนยุคใหม่ก็ต้องการความสะดวกและปลอดภัยในชีวิตที่มากกว่าเมื่อก่อน ดังนั้น ที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมจึงตอบโจทย์เรื่องดังกล่าวได้ดีกว่า ห้องเช่า หอพัก หรืออพาร์ทเมนต์ในเรตราค่าเช่าที่แทบจะ ไม่แตกต่างกันในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามการแข่งขันในธุรกิจที่พักอาศัยให้เช่าก็ยังมีการแข่งขันสูง เนื่องจาก มีผู้ประกอบการหรือนักลงทุนรายใหม่เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และที่พักอาศัยสำหรับการเช่ายังมีหลากหลายประเภทให้ผู้เช่าเลือกเช่าตามความเหมาะสมกับปัจจัยต่าง ๆ และความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้เช่า

จากความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนหรือกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การให้บริการ และนำไปพัฒนาปรับปรุงคอนโดมิเนียมให้มีความเหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เช่าคอนโดมิเนียมให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด รวมทั้งยังเป็นแนวทางในการลงทุนปล่อยเช่าคอนโดมิเนียมในทำเลอื่น ๆ เพิ่มอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
2. ปัจจัยด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
3. ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
5. ปัจจัยด้านบุคคล (People) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงาน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมหลังการให้บริการ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

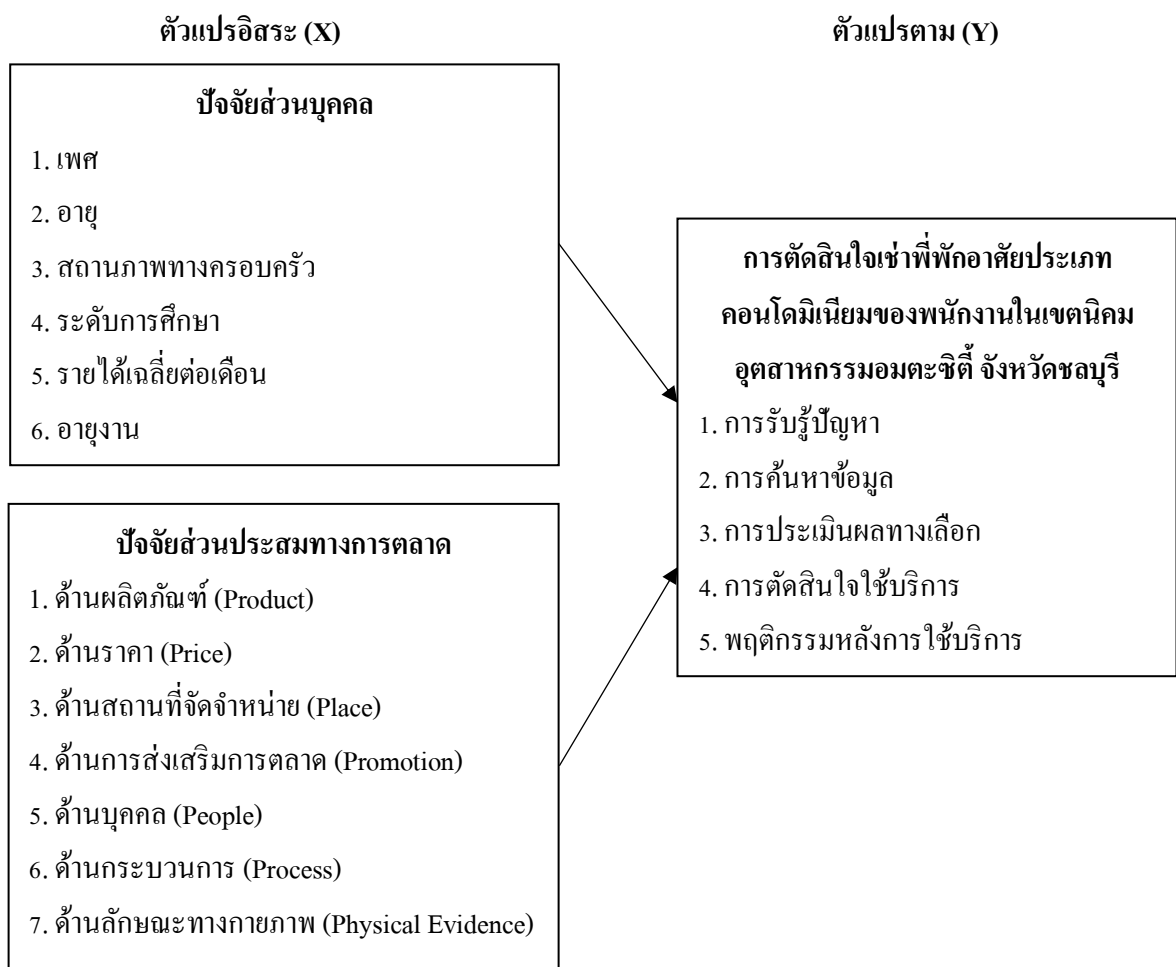
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่เช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนพนักงาน

ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่เช่าที่พักรักษาประเภทคอนโดมิเนียมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน เมษายน ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2567

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบกิจการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นำไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการให้บริการ รวมถึงพัฒนาปรับปรุงคอนโดมิเนียมเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด
2. ผู้ประกอบกิจการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นำไปเป็นแนวทางในการลงทุนให้บริการเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในทำเลอื่น ๆ ให้ตรงกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าของผู้เช่าที่พักรักษาประเภทคอนโดมิเนียม

3. นักลงทุนที่สนใจธุรกิจให้บริการเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมี เพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้น จึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7 Ps (Kotler, 1997)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจไว้ว่า หมายถึง กระบวนการในการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกที่ผู้ตัดสินใจมีอยู่ซึ่งเป็นทางเลือกที่ได้มีการประเมินแล้วว่าเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด โดยมีกระบวนการในการตัดสินใจขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ (Walters 1987, อ้างถึงใน สุกร เสรีรัตน์, 2550, หน้า 49)

ข้อมูลเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม

คอนโดมิเนียมมาจากคำภาษาอังกฤษ Condominium คำว่า คอนโดมิเนียม ในภาษาอังกฤษ เดิมหมายถึงการถือกรรมสิทธิ์ร่วมกันในอาคารขนาดใหญ่ที่แบ่งซอยเป็นส่วนต่าง ๆ ให้คนต่างครอบครัวพักอยู่ต่อมา หมายถึงอาคาร ที่อยู่อาศัยอาคารสำนักงานหรืออาคารอื่น ที่บุคคลสามารถแยกกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วน ประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลางกล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ คอนโดมิเนียมไม่ใช่ตัวอาคารแต่เป็นการจัดการกรรมสิทธิ์ คือ การจัดการอาคารที่มีอยู่ ราชบัณฑิตยสถานโดยคณะกรรมการบัญญัติศัพท์สถาปัตยกรรมศาสตร์ได้บัญญัติศัพท์คำ Condominium ว่า อาคารชุด (เทพฤทธิ์สมบูรณ์ผล, 2560)

ข้อมูลนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี

นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ก่อตั้งขึ้นโดย บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2532 เป็นหนึ่งในบริษัทผู้พัฒนานิคมอุตสาหกรรมชั้นนำของประเทศไทย และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2540 บริษัทฯ ประกอบกิจการด้านนิคมอุตสาหกรรม และธุรกิจเกี่ยวเนื่องอย่างครบวงจร มีพื้นที่ 31.36 ตร.กม. (19,601 ไร่) มีจำนวนโรงงานและผู้เช่า จำนวน 819 ราย มีพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี จำนวน 210,000 คน ตั้งอยู่ที่ใจกลางของอีสเทิร์นซีบอร์ดที่เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมผลิตในภูมิภาคตะวันออก ห่างจากสนามบินสุวรรณภูมิ 42 กม. ท่าเรือ

แหลมฉบัง 46 กม. และกรุงเทพ 57 กม. ซึ่งสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ชลบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 700 ถนนบางนาตราด กม.57 อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน),2567)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปราณี ภิลัยวัลย์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภทรายเดือนของประชาชนที่ทำงานในเขตตำบลมายางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภทรายเดือนของประชาชนที่ทำงาน ในตำบลมายางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง มีผลการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้าย

พิศชนก สุนทรพฤษ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในห้องพักของผู้บริโภคในเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในห้องพักของผู้บริโภคในเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะ (อยุธยา) พบว่า ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านคุณภาพการบริการ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ศิริกัญญา ศิริรักษัก (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคเขตดอนเมือง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค เขตดอนเมือง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค เขตดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วีระกร บุญสินสุข (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเช่าคอนโดมิเนียมในเขตดินแดง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากรให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ธนพล คำล้ำเลิศ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ธีระพงศ์ เจริญฤทธิเสถียร (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคอนโดมิเนียมในบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าด้านการศึกษาหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าด้านการศึกษาหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจเช่า และด้านการประเมินผลทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัย

ด้านบุคลากรส่งผลเชิงลบต่อกระบวนการตัดสินใจเช่า และด้านการตอบสนองการเช่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการส่งผลเชิงลบต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าด้านการตอบสนองการเช่าอย่างมีนัยสำคัญ

ภาคภูมิ ต้วมมูล (2565) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของประชาชน ในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของประชาชนในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับต่ำอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quautitative Research Approach) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่เช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่ทราบจำนวนพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่เช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบ

ความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผล โดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ที่เช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน เมื่อรับแบบสอบถามคืนจะนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ และให้คะแนนแบบสอบถามทั้งหมดตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าความถี่ (Frequencies), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (\bar{X}), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD), สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation), การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมดจำนวน 400 คน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีสถานภาพสมรส จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และมีอายุงาน 11 ปีขึ้นไป จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ, ด้านการประเมินผลทางเลือกและด้านการรับรู้ปัญหา ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจใช้บริการ และด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) มีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่าสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมมีความปลอดภัยสูง เช่น มี รปภ. กล้อง CCTV มีระบบป้องกันอัคคีภัยทางออกฉุกเฉินของคอนโดมิเนียม ผู้เช่าคนอื่นหรือผู้ที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมมีมารยาทไม่ส่งเสียงรบกวน มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ บริเวณคอนโดมิเนียมมีความสะอาด ทั้งภายในและภายนอกอาคาร การจัดพื้นที่ส่วนกลางบริเวณคอนโดมิเนียมมีความสวยงาม ร่มรื่น และมีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมหรือออกกำลังกายกลางแจ้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล คำล้ำเลิศ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ปัจจัยด้านบุคคล (People) พบว่า พนักงานมีความเอาใจใส่ด้านการรักษาความสะอาดของคอนโดมิเนียม พนักงาน (รปภ./แม่บ้าน) มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงาน (รปภ./แม่บ้าน) ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพเป็นมิตร เจ้าของคอนโดมิเนียมมีความน่าเชื่อถือ เจ้าของหรือผู้ดูแลคอนโดมิเนียม สามารถให้ความช่วยเหลือเมื่อมีเหตุจำเป็นได้ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี และเจ้าของคอนโดมิเนียมมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณี ภิสิทธิ์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการ

ตัดสินใจเลือกห้องพักประเภทรายเดือนของประชาชนที่ทำงานในเขตตำบลบางยางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภทรายเดือนของประชาชนที่ทำงาน ในตำบลบางยางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง มีผลการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) พบว่า การทำสัญญาเช่า แสดงเงื่อนไขรวมทั้งระเบียบต่างๆ ของคอนโดมิเนียม มีความชัดเจนและรวดเร็ว มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ก่อนการชำระค่าเช่า การออกไปเรียกเก็บเงินมีความถูกต้อง มีกระบวนการรักษาความสะอาดที่มีคุณภาพมีกระบวนการในการจัดส่งพัสดุให้ผู้เช่าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว การให้บริการมีความรวดเร็ว เช่น การรับแจ้งซ่อมอุปกรณ์ในห้องพัก และมีกระบวนการบริหารจัดการส่วนกลางได้ดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล คำล้ำเลิศ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ขนาดห้องมีพื้นที่เหมาะสมกับความต้องการ การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ในห้องมีความเหมาะสม ภายในห้องมีเฟอร์นิเจอร์ เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน ภายในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แอร์ ทีวี ตู้เย็น ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ห้องพักมีการตกแต่งสวยงาม และคอนโดมิเนียมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระกร บุญสินสุข (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเช่า คอนโดมิเนียม ในเขตดินแดง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคา (Price) พบว่า สามารถชำระค่าเช่าได้หลากหลายช่องทาง ค่าเช่าคอนโดมิเนียมเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกและขนาดของห้องพัก อัตราค่าบริการสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า) มีความเหมาะสม ราคาเช่า คอนโดมิเนียมใกล้เคียงกันกับค่าเช่าคอนโดมิเนียมที่อยู่ใกล้เคียงกัน และค่าประกันห้องมีความเหมาะสมกับสภาพห้องพัก ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การเก็บค่าเช่าล่วงหน้าก่อนเข้าพักในอัตราที่เหมาะสม และมีความยืดหยุ่นในการชำระค่าเช่าคอนโดมิเนียมในกรณีมีเหตุจำเป็น ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศชนก สุนทรพฤกษ์ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภค ในเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคในเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะ (อยุธยา) พบว่า ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านคุณภาพการบริการ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า มีบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ในห้องพักฟรี มีการจัดโปรโมชั่นให้กับผู้เช่า ในกรณีผู้เช่าจ่ายชำระค่าเช่าตรงตามกำหนดเวลา มีส่วนลดค่าส่วนกลางของคอนโดมิเนียม สำหรับผู้ที่ใช้บริการมานานอย่างเหมาะสมและมีส่วนลด

สำหรับการแนะนำลูกค้าเข้ามาใช้บริการเช่าคอนโดมิเนียม ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรม ข่าวสารของคอนโดมิเนียมอย่างต่อเนื่อง มีการประชาสัมพันธ์การปล่อยเช่าคอนโดมิเนียมผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย และมีส่วนลดสำหรับผู้เช่ารายใหม่ กรณีผู้เช่ารายเก่าแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณี ภิสิทธิ์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภทรายเดือนของประชาชนที่ทำงานในเขตตำบลมายางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภทรายเดือนของประชาชนที่ทำงานในตำบลมายางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง มีผลการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) พบว่า มีเส้นทางคมนาคมสะดวกในการเดินทาง ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการระบายน้ำได้ดี น้ำไม่ท่วมในฤดูฝน อยู่ใกล้ที่ทำงาน อยู่ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า และอยู่ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ใกล้โรงพยาบาล และอยู่ใกล้สถาบันการศึกษา/โรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระกร บุญสินสุข (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเช่าคอนโดมิเนียม ในเขตดินแดง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคคลากรให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ, ด้านการประเมินผลทางเลือก และด้านการรับรู้ปัญหาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจใช้บริการ และด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีระพงศ์ เจริญฤทธิ์เสถียร (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคอนโดมิเนียมในบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าด้านการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจเช่า และด้านการประเมินผลทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลเชิงลบต่อกระบวนการตัดสินใจเช่า และด้านการตอบสนองการเช่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการส่งผลเชิงลบต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าด้านการตอบสนองการเช่าอย่างมีนัยสำคัญ

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มี

ความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาคภูมิ คิวงมูล (2565) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของประชาชน ในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของประชาชนในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับต่ำอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

4. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) มีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริภิมญต์ ศิริชภักค์ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ของผู้บริโภคเขตดอนเมือง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค เขตดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ข้อเสนอแนะ คือ คอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมสะดวกในเดินทาง มีเส้นทางที่สามารถเดินทางไปในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ได้ง่ายหลายเส้นทาง และสามารถเดินทางเชื่อมต่อกับจังหวัดอื่นได้สะดวก เช่น ถนนทางหลวงหมายเลข 7 ถนนเทพรัตน ทางพิเศษบูรพาวิถี เป็นต้น และที่สำคัญคือควรอยู่ใกล้เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี เพราะเป็นสถานที่ทำงานของผู้เช่าส่วนใหญ่ รวมถึงคอนโดมิเนียมควรตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการระบายน้ำได้ดี น้ำไม่ท่วมในฤดูฝน ควรมีการสำรวจพื้นที่บริเวณหน้าทางเข้าคอนโดมิเนียมหรือบริเวณใกล้เคียงในช่วงหน้าฝนก่อนการก่อสร้างหรือลงทุนเพื่อตรวจสอบสภาพจริงของพื้นที่ว่าเมื่อฝนตกแล้วทำให้รถไม่ติดหรือไม่มีน้ำท่วมขัง หรือก่อนก่อสร้างอาจจะมีการเขียนแบบเพื่อรองรับสถานการณ์น้ำท่วม เช่น ยกระดับพื้นที่ให้สูงกว่าพื้นที่ใกล้เคียงหรือสูงกว่าพื้นถนน

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ข้อเสนอแนะ คือ คอนโดมิเนียมควรมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี เพื่อให้ผู้เช่ารู้สึกปลอดภัย เช่น มีการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลพื้นที่ทางเข้า-ออกหลัก ให้พนักงานเดินตรวจตราความสงบเรียบร้อยทุกชั่วโมง มีระบบยืนยันตัวตนผู้เช่าสองชั้นก่อนเข้าภายในตัวอาคาร มีกล้องวงจรปิดตั้งแต่ทางเข้าพื้นที่ โถงทางเดิน ลิฟท์ และพื้นที่ส่วนกลางอื่น และคอนโดมิเนียมควรมีขนาดห้องและการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ให้เพียงพอและเหมาะสม ต่อการใช้ชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ของคนในพื้นที่นั้น ก่อนสร้างหรือก่อนเลือกห้องเพื่อการลงทุนควรสำรวจขนาดครอบครัวของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี และขนาดห้องของคอนโดมิเนียมหรือที่พักอาศัยประเภทอื่นบริเวณใกล้เคียง เพื่อเลือกสร้างหรือลงทุนห้องเช่าที่มี

ขนาดเหมาะสม เช่น ผู้เช่าส่วนใหญ่นิยมอยู่อาศัยแบบคู่รัก ไม่มีบุตร ควรเป็นห้องแบบ 1 ห้องนอน (1 Bedroom) ขนาดห้องควรมีพื้นที่ประมาณ 31 ตร.ม. แบ่งพื้นที่ 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ มีพื้นที่ส่วนกลางเล็กน้อยให้นั่งรับประทานอาหารเช้าหรือดูทีวี หรือหากผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นคนโสด ควรเป็นห้องแบบสตูดิโอ ซึ่งเป็นห้องที่ไม่มีประตูหรือที่กั้นระหว่างห้องนอน ห้องนั่งเล่น และห้องครัว มีพื้นที่ประมาณ 24-26 ตร.ม. มี 1 ห้องน้ำ เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ข้อเสนอแนะ คือ ผู้ให้เช่าคอนโดมิเนียมควรมีบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ในห้องพักฟรี เช่น มีบริการตรวจเช็คอุปกรณ์ตรวจจับควันไฟในห้องพักอย่างสม่ำเสมอ มีบริการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนก๊อกน้ำให้ฟรี รวมถึงมีบริการตรวจเช็คจุดที่มีน้ำประปารั่ว และผู้ให้เช่าคอนโดมิเนียมควรมีการจัดโปรโมชั่นให้กับผู้เช่า ในกรณี ผู้เช่าจ่ายชำระค่าเช่าตรงตามกำหนดเวลา เช่น จ่ายตรงตามกำหนดเวลาครบ 1 ปี ฟรีค่าส่วนกลาง 1 เดือน บริการล้างแอร์ฟรีทุก 6 เดือน เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้เช่าจ่ายชำระค่าเช่าตรงตามกำหนดเวลาและต้องการเช่าคอนโดมิเนียมในระยะยาวมากขึ้น รวมทั้งมีส่วนลดค่าส่วนกลางของคอนโดมิเนียมสำหรับผู้ที่ใช้บริการมานานอย่างเหมาะสม เช่น เมื่อมีการต่อสัญญาใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจและบอกต่อหรือแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

4. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ข้อเสนอแนะ คือ สภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมมีความปลอดภัยสูง เช่น มี รปภ. , กล้อง CCTV โดยมีป้อมรักษาความปลอดภัยด้านหน้าทางเข้า-ทางออกโครงการ รั้วรอบโครงการออกแบบให้มีความมิดชิด และมีความสูงมากพอที่จะป้องกันการบุกรุก มีระบบคัดกรองการเข้า-ออกคอนโดมิเนียมด้วยการสแกนหน้าหรือสแกนลายนิ้วมือ และคอนโดมิเนียมควรมีระบบป้องกันอัคคีภัย ทางออกฉุกเฉินของคอนโดมิเนียม ซึ่งทางหนี้ออกแบบให้ใช้งานได้สะดวก อยู่ในจุดที่เหมาะสม โดยป้ายต้องมีแสงสว่างในตัว สีพื้นของป้ายจะเป็นสีเขียว ในขณะที่ตัวอักษรหรือสัญลักษณ์บนป้ายจะเป็นสีขาว เป็นสีส้มที่สะดุดตาและสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายแม้จะอยู่ในระยะไกล รวมถึงผู้ให้เช่าคอนโดมิเนียมควรมีมาตรการให้ผู้เช่าคนอื่นหรือผู้ที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมมีมารยาทไม่ส่งเสียงรบกวน เช่น ในบริเวณคอนโดมิเนียมมีการติดป้ายแจ้งเตือน “กรุณาอย่าส่งเสียงรบกวน” มีกฎ ระเบียบ ไม่ให้มีการขนของเข้า-ออกและต่อเติมห้องพักในยามวิกาล เป็นต้น

5. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ลงทุนให้เช่าคอนโดมิเนียมควรมีการทำสัญญาเช่า แสดงเงื่อนไขรวมทั้งระเบียบต่าง ๆ ของคอนโดมิเนียม มีความชัดเจนและรวดเร็ว โดยมีการนัดวันทำสัญญาและวันเข้าอยู่ของผู้เช่าอย่างชัดเจน ในสัญญาระบุเงื่อนไข เช่น ผู้เช่าต้องมีการจ่ายชำระค่าเช่าทุกสิ้นเดือน มีการระบุทรัพย์สินที่อยู่ในห้องพัก ผู้เช่าตกลงที่จะดูแลรักษาห้องที่เช่าให้คงสภาพดีดังเดิมทุกประการ และเมื่อถึงกำหนดชำระค่าเช่าผู้ประกอบการหรือผู้ลงทุนให้เช่าคอนโดมิเนียมควรมีการออกไปเรียกเก็บเงินมีความถูกต้อง โดยต้องมีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนก่อนการชำระค่าเช่า เช่น ราคาค่าเช่า ค่าน้ำ ประปา ค่าไฟฟ้า ค่าส่วนกลาง ค่าบริการอื่น ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาการเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมโดยรวมเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรระบุโครงการคอนโดมิเนียมหรือแบรนด์ที่ต้องการศึกษาเพื่อให้สามารถเจาะลึกลงไปถึงข้อมูลของผู้ประกอบการ

หรือนักลงทุนต้องการได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบ การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยประเภทอื่น ๆ เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- เทพฤทธิ์ สมบูรณ์ผล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรเขตพื้นที่บางนา กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชนพล คำล้ำเลิศ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธีระพงษ์ เจริญฤทธิ์เสถียร. (2562). งานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคอนโดมิเนียมในบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน. ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (2567). รายงาน 56-1 One Report ประจำปี 2566. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567, จาก <https://shorturl.asia/vYjQx>
- ปราณี ภัลลวิทย์. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภทรายเดือนของประชาชนที่ทำงานในเขตตำบลบางยางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิชชนก สุนทรพฤษย์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคในเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ภาณุภูมิ ดั่งมูล. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของประชาชนในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วีระกร บุญสินสุข. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเช่าคอนโดมิเนียมในเขตดินแดง. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริกัญญา ศิริชกัณฑ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคเขตดอนเมือง. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์ บีซีเนส.
- Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, planning, implementation and control (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Walters, W.G. (1953). Sampling Techiques. New York: John Wiley & Sons. Inc.