

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของอาคารเช่าพักอาศัยของการเคหะแห่งชาติ
: กรณีศึกษา โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

Consumer Attitude for Marketing Mix of National Housing Authority Flat
: Case Study of Navamintr Housing Project



โดย

นายปภากร สุวรรณธาดา
รหัสประจำตัว 40066614

เสนอ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(บริหารธุรกิจ)
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2541

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 32713
วัน, เดือน, ปี 25 พ.ค. 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ทศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของอาคารเช่าพักอาศัย
ของการเคหะแห่งชาติ : กรณีศึกษา โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์
นักศึกษา : นายปภากร สุวรรณธาดา
ระดับการศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา : บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา

โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ ดำเนินงานโดยการเคหะแห่งชาติ เป็นโครงการอาคารเช่าพักอาศัย สูง 5 ชั้น จำนวน 10 อาคาร รวม 1,7226 หน่วย ขนาดพื้นที่ห้องประมาณ 31 ตารางเมตร การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งเช่าอาศัย ในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ ของการเคหะแห่งชาติ ส่วนประสมทางการตลาดของโครงการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพักอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ โดยวิธีการสำรวจ และรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ จำนวน 320 ตัวอย่าง

ผลการศึกษา มีสาระสำคัญคือ ผู้ที่พักอาศัยในโครงการ เคหะนวมินทร์ส่วนใหญ่ อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 24-35 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยประมาณเดือนละ 14,000 บาท ซึ่งทำงานเป็นพนักงานในบริษัทเอกชน จำนวนการอยู่อาศัยห้องละ 2-3 คน และเช่าพักมานานกว่า 1 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของโครงการมาจากบุคคลใกล้ชิดมากกว่าสื่อโฆษณา ในจำนวนมากของผู้เช่าจะต้องเดินทางออกไปทำงานหรือไปศึกษาภายนอกที่พักอาศัย โดยส่วนใหญ่อาศัยรถประจำทางในการเดินทางมีระยะเวลาการเดินทางโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 ชั่วโมง

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการพบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก 3 ลำดับแรกได้แก่ (1) ทำเลที่ตั้ง (2) ความสะดวกทางคมนาคม (3) สภาพแวดล้อมของโครงการ และปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) การโฆษณาของโครงการ (2) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ (3) การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย ส่วนด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลางค่อนข้างมาก โดยรายการที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมาก 3 ลำดับแรกได้

แก่ (1) ความสะดวกทางคมนาคม (2) แสงสว่างในห้องพัก (3) สภาพแวดล้อมของโครงการ และรายการที่ผู้บริโภคมองมีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ การเคหะแห่งชาติ (2) ค่าใช้จ่ายและความสะดวกของบริการซ่อมบำรุง (3) การดูแลแก้ไขปัญหา ของการเคหะแห่งชาติ

จากผลการศึกษานำไปสู่ข้อเสนอแนะดังนี้ (1) ผลผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะดังนี้ โครงการ พัฒนาที่อยู่อาศัยควรมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ควรมีความสะดวกในการคมนาคม ควรมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัย ควรมีการทำกรวิจัยตลาดเพื่อทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้ออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสม การเคหะแห่งชาติควรปรับปรุงการบริการและการจัดการเคหะชุมชนให้เหมาะสมกับลักษณะโครงการ (2) ราคา ราคาของที่อยู่อาศัยควรเหมาะสมกับสินค้าและสอดคล้องกับทำเลที่ตั้ง (3) การจัดจำหน่าย การเคหะแห่งชาติควรปรับปรุงพนักงานขายในด้านการบริการ (4) การส่งเสริมการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการเคหะแห่งชาติควรพิจารณาการสื่อสารผ่านตัวบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ของการเคหะแห่งชาติ ผู้อยู่อาศัย ในโครงการของการเคหะแห่งชาติ

ABSTRACT

Title : Consumer Attitude for Marketing Mix of National Housing Authority Flat
: Case Study of Navamintr Housing Project

Student : Mr. Paphagorn Suwannatada

Level of Study : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Assistant Professor Apisit Kaewcha

Navamintr Housing Project managed by National Housing Authority. This project have 10 flats, each flat is 5 stories height and total rental unit is 1,726 Units. The objective of this research is to study consumer attitude for marketing mix and consumer satisfaction for living at Navamintr Housing Project. The Studying and data collection has been conducted through questionnaire by systematic sampling method. The sampling is distributed to the consumer at Navamintr Housing Project 320 samples.

The results of this research can be concluded as follows, the most of the consumers were 24-35 years old and single. The highest education, the most of them received Bachelor Degree. They have an average monthly house hold income approximately 14,000 Baht. The most of them worked with the business firm. Mostly, number of people staying in each room was 2-3 and stayed before 1 year ago. The most of them had information of the project from their relatives. Mostly, worked outside and spent time to work outside or studied not more than 1 hour. Mostly, used public transportation.

The consumer attitude for marketing mix of Navamintr Housing Project have the most influence can be ranked by the following priority, (1) Location (2) The convenience for transportation (3) The project surrounding. They have the lowest influence can be ranked by the following priority, (1) The projects advertising (2) The projects public relation (3) The service of sale person. The consumer have the most satisfaction can be ranked by the following priority, (1) The convenience for

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

transportation (2) The room's brightly (3) The project surrounding. The consumer have the lowest satisfaction can be ranked by the following priority, (1) The service of National Housing Authority officer (2) The convenience and cost of room's maintenance (3) The problem solving of National Housing Authority.

The results of the study can be shown the recommendation as follows, (1) product, the location of housing project should be suitable, the public transportation should be provided and had convenience, the project surrounding should be suitable for living, the marketing research should be provided to know real target consumer and National Housing Authority service and management on housing projects should be improved (2) price should be consistent with product and location (3) place or distribution, National Housing Authority sale officer should be improved in service mind area (4) promotion, advertising and public relation of National Housing Authority housing projects should be thought the person such as National Housing Authority and residences in National Housing Authority housing projects.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยการชี้แนะและดูแลอย่างดีของ ผศ.อภิสิทธิ์ แก้วฉา
อาจารย์ที่ปรึกษา และขอขอบพระคุณ ผศ.ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ ที่กรุณาชี้แนะในการออกแบบ
แบบสอบถาม ขอขอบคุณผู้ให้ความช่วยเหลือทุกท่านซึ่งมีจากลำนามได้หมด ณ ที่นี้

ทำยนี้ ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ภรรยาและบุตรชาย ที่สนับสนุนและให้กำลังใจเสมอ
มา และขอขอบพระคุณ ครูอาจารย์ ผู้ให้ความรู้แก่ผู้เขียนทุกท่านที่ให้โอกาสทางการศึกษากับผู้
เขียนมาจนบัดนี้

ปภากร สุวรรณธาดา

13 มีนาคม พ.ศ.2542



สารบัญ

| | หน้า |
|-----------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ | (1) |
| สารบัญ | (2) |
| สารบัญตาราง | (6) |
| สารบัญภาพ | (8) |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 6 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 6 |
| ขอบเขตของการศึกษา | 6 |
| นิยามศัพท์ | 7 |
| การตรวจเอกสาร | 8 |
| วิธีการศึกษา | 12 |
| ประชากรเป้าหมาย | 12 |
| ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง | 12 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล | 13 |
| การประมวลผลข้อมูล | 14 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 14 |
| สมมุติฐานการศึกษา | 16 |
| บทที่ 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 17 |
| ส่วนประสมทางการตลาด | 17 |
| ผลิตภัณฑ์(Product) | 17 |
| ราคา(Price) | 18 |
| การจัดจำหน่าย(Place) | 18 |
| การส่งเสริมการตลาด(Promotion) | 18 |
| ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ | 20 |
| บทที่ 3 การเคหะแห่งชาติ | 24 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|--|----|
| ความเป็นมาของการเคหะแห่งชาติ | 24 |
| ผลการดำเนินงานพัฒนาที่อยู่อาศัย | 26 |
| แผนวิสาหกิจของการเคหะแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2535-2539 | 27 |
| แผนวิสาหกิจของการเคหะแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2540-2544 | 31 |
| การบริการชุมชนที่พักอาศัยของการเคหะแห่งชาติ | 33 |
| โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 35 |
| รายละเอียดโครงการ | 35 |
| ส่วนประสมทางการตลาดของโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 38 |
| บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 52 |
| ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | 52 |
| ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ | 52 |
| ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ | 53 |
| ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส | 54 |
| ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ | 54 |
| ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด | 54 |
| ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครัวเรือน | 55 |
| ลักษณะการอยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง | 56 |
| จำนวนผู้อยู่อาศัย | 56 |
| ระยะเวลาการอยู่อาศัย | 57 |
| ลักษณะการเช่า | 57 |
| วัตถุประสงค์การเช่า | 58 |
| ระยะเวลาที่จะอยู่อาศัย | 59 |
| การเดินทาง | 59 |
| ลักษณะของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ | 61 |
| การเลือกชั้นที่อยู่อาศัย | 62 |
| ทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 65 |
| ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเช่าพักอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 66 |
| ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย | 69 |

| | |
|--|-----|
| การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อ ส่วนประสมทางการตลาด | 69 |
| เพศ | 70 |
| อายุ | 71 |
| สถานภาพสมรส | 75 |
| ระดับการศึกษาสูงสุด | 75 |
| รายได้ครัวเรือน | 77 |
| การเช่า | 80 |
| ระยะเวลาเดินทาง | 85 |
| การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจ | 87 |
| เพศ | 87 |
| อายุ | 88 |
| สถานภาพสมรส | 92 |
| ระดับการศึกษาสูงสุด | 92 |
| รายได้ครัวเรือน | 96 |
| จำนวนผู้อยู่อาศัย | 96 |
| การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจโดยภาพรวม | 99 |
| บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ | 104 |
| สรุป | 104 |
| ลักษณะทั่วไปของผู้เช่า | 104 |
| ลักษณะการอยู่อาศัยของผู้เช่า | 105 |
| ทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด | 105 |
| ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเช่า | 106 |
| ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด | 106 |
| ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจ | 109 |
| ข้อเสนอแนะ | 111 |
| ผลิตภัณฑ์ | 111 |
| ราคา | 112 |
| การจัดจำหน่าย | 112 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการตลาด

บรรณานุกรม

ภาคผนวก



สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 1 จำนวนประชากรกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2533-2538 | 2 |
| 2 จำนวนประชากรของเมืองที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วที่สุดในโลก 5 เมือง | 2 |
| 3 สถานการณ์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี พ.ศ. 2535-2539 | 3 |
| 4 ที่อยู่อาศัยให้เช่าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี พ.ศ. 2536-2539 | 4 |
| 5 ที่อยู่อาศัยให้เช่าสร้างเสร็จของการเคหะแห่งชาติ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2536-2539 | 5 |
| 6 การใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า | 20 |
| 7 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ | 53 |
| 8 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ | 53 |
| 9 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส | 54 |
| 10 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ | 55 |
| 11 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด | 55 |
| 12 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครัวเรือน | 56 |
| 13 จำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพัก | 57 |
| 14 ระยะเวลาการอยู่อาศัย | 58 |
| 15 ลักษณะการเช่าของกลุ่มตัวอย่าง | 59 |
| 16 วัตถุประสงค์ของการเช่าของกลุ่มตัวอย่าง | 59 |
| 17 ระยะเวลาที่จะอยู่อาศัย | 60 |
| 18 ลักษณะการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง | 60 |
| 19 ระยะเวลาการเดินทาง | 61 |
| 20 ลักษณะพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างใช้ | 61 |
| 21 สื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ | 62 |
| 22 ความสัมพันธ์ระหว่างการเช่ากับสื่อ | 63 |
| 23 ชั้นที่กลุ่มตัวอย่างพักอาศัย | 64 |
| 24 ชั้นที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอยากพักอาศัย | 64 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 25 แสดงความสัมพันธ์ของชั้นที่อยู่กับการเลือกชั้น | 65 |
| 26 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด | 67 |
| 27 ความพึงพอใจในการเช่าพักอาศัย | 68 |
| 28 ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่าพักอาศัย | 69 |
| 29 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อความเหมาะสมการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย | 70 |
| 30 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามเพศ | 72 |
| 31 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามอายุ | 73 |
| 32 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามสถานภาพการสมรส | 76 |
| 33 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด | 78 |
| 34 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามรายได้ | 81 |
| 35 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะ | 83 |
| 36 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามการเช่า | 84 |
| 37 ทักษะคดีของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามระยะเวลาเดินทาง | 86 |
| 38 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาเดินทางกับพาหนะ | 87 |
| 39 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามเพศ | 89 |
| 40 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามอายุ | 90 |
| 41 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส | 93 |
| 42 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด | 94 |
| 43 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามรายได้ | 97 |
| 44 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้อยู่อาศัย | 100 |
| 45 การทดสอบความแปรปรวน(ANOVA)ของความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่ากับตัวแปรอิสระ | 103 |
| 46 ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่าเมื่อพิจารณาตามอายุ | 103 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค | 21 |
| 2 โครงสร้างการบริหารงานของสำนักงานเคหะชุมชน | 37 |
| 3 แผนที่ที่ตั้งโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 42 |
| 4 ผังโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 43 |
| 5 แปลนพื้นที่ห้อง | 43 |
| 6 ทางเข้าโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 44 |
| 7 ถนนนวมินทร์ บริเวณทางเข้าโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 45 |
| 8 ด้านหน้าโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 45 |
| 9 ภายในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 46 |
| 10 สำนักงานเคหะชุมชนโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 46 |
| 11 ลักษณะอาคารพาณิชย์ในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 47 |
| 12 ลักษณะอาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 47 |
| 13 ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 48 |
| 14 ทางเดินในอาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ | 48 |
| 15 ลักษณะภายในห้องพัก | 49 |
| 16 ลักษณะภายในห้องน้ำ | 50 |
| 17 ระบบบำบัดน้ำเสีย | 51 |

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยที่สำคัญและประการหนึ่งของมนุษย์ในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งแล้วประชาชนที่อาศัยในเขตเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนประชากรเป็นจำนวนมาก มีอัตราการเพิ่มของประชากรในอดีตที่ผ่านมาในอัตราสูงและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เป็นผลมาจากการเพิ่มของประชากรตามธรรมชาติบวกกับการย้ายถิ่นของชาวต่างจังหวัดเข้าสู่เมืองหลวงเป็นอย่างมาก มีการเข้ามาหางานทำและมีการเข้ามาดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากความเป็นเอกนครของกรุงเทพมหานคร ความเป็นเอกนครพิจารณาได้จากการที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์รวมของระบบเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรที่อาศัยในเขตเมืองกว่าครึ่งอาศัยในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่เดียวกันเมืองรอง ๆ ลงไปก็มีระดับความเจริญเทียบกันไม่ได้เลยกับกรุงเทพมหานคร ลักษณะความเป็นเอกนครดังกล่าวเป็นปัจจัยดึงดูดให้มีการย้ายถิ่นฐานเข้าสู่กรุงเทพมหานครมาโดยตลอด ปัญหาความเป็นเอกนครทำให้ความเจริญทั้งหมดมารวมอยู่ที่กรุงเทพมหานครและการที่ความเจริญทั้งปวงมารวมอยู่ที่เมือง ๆ เดียว ย่อมมีผลทำให้การขยายตัวของเมืองและระดับของความเป็นเมืองเป็นไปอย่างรวดเร็วกว่าเมืองอื่น ๆ และปัญหาที่ติดตามมาได้แก่ การขยายบริการสาธารณูปโภค สาธารณูปการไม่ทันหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชากรที่เพิ่มขึ้น เช่น ด้านที่อยู่อาศัย ถนนหนทาง น้ำประปา โรงพยาบาล รถโดยสารประจำทาง รวมทั้งปัญหาอื่น ๆ เช่นการมีงานทำ การจราจร ฯลฯ (กรรณิการ์, 2531: 43-44) (ตารางที่ 1 และตารางที่ 2)

จากแนวความคิดที่ได้กล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นว่าประชาชนยังมีปัญหาและมีความต้องการในด้านที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตมากในช่วง ปี พ.ศ. 2531-2538 จนมีการสร้างที่อยู่อาศัยประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเป็นอันมาก เพื่อตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยหรือเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านที่อยู่อาศัย ประกอบกับปัจจัยในด้านการเงินและระบบเงินภายในประเทศก็เกื้อหนุนให้สามารถทำได้ จนกระทั่งเข้าสู่ภาวะชะลอตัวและภาวะล้นตลาดคือมีอุปทานมากกว่าอุปสงค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 (ตารางที่3) เป็นต้นมาจนกระทั่งปัจจุบันส่งผลไปถึงภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งที่อยู่อาศัยประเภทซื้อและเช่า ยิ่งในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงและเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขาดสภาพคล่องในภาคการเงินอย่างมาก ทำให้ธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยแทบตกอยู่ในภาวะชะงัก
งัน

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2533-2538

(หน่วย : คน)

| ปี พ.ศ. | ประชากรเมืองทั่วประเทศ | กรุงเทพฯและปริมณฑล | กรุงเทพมหานคร |
|---------|------------------------|--------------------|---------------|
| 2533 | 9,943,547 | 8,538,610 | 5,546,937 |
| 2534 | 10,044,334 | 8,701,374 | 5,620,591 |
| 2535 | 10,229,747 | 8,661,228 | 5,562,141 |
| 2536 | 10,238,741 | 8,769,341 | 5,571,712 |
| 2537 | 10,340,000 | 8,851,180 | 5,584,226 |
| 2538 | 10,441,332 | 8,896,506 | 5,570,743 |

ที่มา : (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2540)

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรของเมืองที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วที่สุดในโลก 5 เมือง

| เมือง/ประเทศ | ปี พ.ศ. 2519 (ล้านคน) | ปี พ.ศ. 2528 (ล้านคน) | ร้อยละของ ประชากรที่เพิ่ม |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| บันดุง/อินโดนีเซีย | 1.2 | 4.1 | 242 |
| กรุงเทพฯ/ไทย | 2.2 | 7.1 | 223 |
| ลากอส/ไนจีเรีย | 1.4 | 4.0 | 186 |
| เซาเปาโล/บราซิล | 6.0 | 16.8 | 180 |
| การาจี่/ปากีสถาน | 3.5 | 9.2 | 163 |

ที่มา : (สุพัตรา สุภาพ, 2540 : 110)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 สถานการณ์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี พ.ศ. 2535-2539

(หน่วย : หน่วย)

| ปี พ.ศ. | จำนวนที่อยู่อาศัยที่สร้างเสร็จในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล | ความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล | มากกว่าประมาณการ |
|---------|---|--|------------------|
| 2535 | 108,001 | 72,514 | 35,487 |
| 2536 | 134,086 | 72,418 | 61,668 |
| 2537 | 171,254 | 76,046 | 95,208 |
| 2538 | 172,419 | 75,835 | 92,712 |
| 2539 | 166,785 | 79,707 | 87,078 |

ที่มา : (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2540)

ที่อยู่อาศัยประเภทเช่า นับเป็นอีกทางเลือกของผู้บริโภคที่ยังมีความสามารถทางการเงิน ไม่เพียงพอที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ได้ หรือยังไม่มีความสะดวกที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ในเวลานั้น ภาพรวมของตลาดที่อยู่อาศัยให้เช่าในปี พ.ศ. 2539 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถจำแนกตามระดับรายได้ของผู้เช่าได้ 2 ประเภทคือ ที่อยู่อาศัยให้เช่าราคาถูกและที่อยู่อาศัยให้เช่าราคาปานกลาง-สูง (ตารางที่ 4) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ที่อยู่อาศัยให้เช่าสำหรับผู้มีรายได้น้อย เป็นกลุ่มที่ครองส่วนแบ่งอยู่ในตลาดมากที่สุด ประมาณร้อยละ 80 ของทั้งหมด ที่อยู่อาศัยประเภทเช่าสำหรับผู้มีรายได้น้อยจะกระจายอยู่ทั่วไปทั้งในเขตเมืองและชานเมืองโดยมีระดับราคาเช่าระหว่าง 1,000 – 3,000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50 เป็นแฟลตเช่าหรืออพาร์ทเมนท์ที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนมีขนาดห้องเฉลี่ย 17 – 20 ตารางเมตร อัตราค่าเช่าห้องเฉลี่ยต่อห้องประมาณ 1,500 บาท/เดือน
2. ที่อยู่อาศัยให้เช่าระดับปานกลาง มีส่วนแบ่งอยู่ในตลาดประมาณร้อยละ 15 ส่วนใหญ่เป็นอพาร์ทเมนท์ในเขตเมืองชั้นกลาง มีค่าเช่าอยู่ระหว่าง 3,000 – 10,000 บาท/เดือน
3. ที่อยู่อาศัยให้เช่าระดับสูง มีส่วนแบ่งอยู่ในตลาดประมาณร้อยละ 5 ส่วนใหญ่เป็นแฟลตที่มีการปลูกสร้างดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เป็นเซอวิสอพาร์ทเมนท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใจกลางเมืองหรือทาวน์เฮาส์หรือบ้านเดี่ยว ที่ให้เช่าทั้งหลัง มีค่าเช่าตั้งแต่ 10,000 บาท/เดือนขึ้นไป(ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2540 : 151)

ตลาดที่อยู่อาศัยให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ต้องตกอยู่ในภาวะล้นตลาดเช่นกันในบางพื้นที่ จากการประชุมผู้ประกอบการแฟลตเช่าที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์เมื่อวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2540 พบว่าธุรกิจแฟลตเช่ามีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ ต้องใช้ทุนหมุนเวียนสูงเพราะเป็นธุรกิจที่คืนทุนช้า การขาดประสบการณ์ของผู้ประกอบการ การแข่งขันกันอย่างรุนแรงจากปัญหาที่อยู่อาศัยให้เช่าล้นตลาดในบางพื้นที่ทำให้มีการตัดราคาค่าเช่า ปัญหาการไม่สามารถประมาณการค่าเช่าได้อย่างแม่นยำจากการย้ายเข้าออกของผู้เช่าเสมอ และปัญหาการที่ผู้เช่าไม่จ่ายเงินค่าเช่า (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2540 : 162)

ตารางที่ 4 ที่อยู่อาศัยให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี พ.ศ. 2536-2539

(หน่วย : หน่วย)

| ปี พ.ศ. | ประเภทที่อยู่อาศัยให้เช่า | | รวม |
|---------|---------------------------|-----------------|---------|
| | ราคาถูก | ราคาปานกลาง-สูง | |
| 2536 | 505,050 | 126,263 | 631,313 |
| 2537 | 530,000 | 132,000 | 662,000 |
| 2538 | 556,000 | 139,000 | 696,000 |
| 2539 | 584,000 | 146,000 | 730,000 |

ที่มา : (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2540)

การเคหะแห่งชาติเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่ดูแล จัดหา และแก้ไขปัญหาด้านที่อยู่อาศัยของประชาชนในประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการดูแลชุมชน ดูแลและบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการของชุมชน โดยเน้นให้การจัดหาที่อยู่อาศัยแก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง โดยกำหนดสัดส่วนการพัฒนาที่อยู่อาศัยไว้ร้อยละ 70 สำหรับประชาชนผู้มีรายได้น้อยร้อยละ 30 สำหรับผู้มีรายได้อันปานกลางและสูง ดังนั้นบทบาทของการเคหะแห่งชาติจึงมีความสำคัญยิ่งกับชีวิตและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นอยู่ของประชาชน การพัฒนาที่อยู่อาศัยให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ที่ขาดแคลนที่อยู่อาศัยจึงเป็นภาระหน้าที่ซึ่งได้รับมอบหมายจากนโยบายของรัฐบาล

การจัดทำโครงการอาคารเช่าพักอาศัยของการเคหะแห่งชาติเพื่อให้ประชาชนเช่า นับว่าเป็นอีกแนวทางหนึ่ง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางที่ต้องการที่อยู่อาศัย โดยการเคหะแห่งชาติกำหนดให้มีพื้นที่ของห้องเช่าไม่ต่ำกว่า 31 ตารางเมตรและมีอัตราค่าเช่าเฉลี่ย 1,400 – 1,800 บาท/เดือน (ข้อมูล ปี พ.ศ. 2539) โดยส่วนใหญ่เป็นที่อยู่อาศัยให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากกว่าในเขตภูมิภาค (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2540 : 152) โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ที่อยู่อาศัยให้เช่าสร้างเสร็จของการเคหะแห่งชาติ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2536-2539

(หน่วย : หน่วย)

| ปีงบประมาณ พ.ศ. | กรุงเทพฯและ ปริมณฑล | ภูมิภาค | รวม |
|-----------------|------------------------|---------|--------|
| 2533 | 18,946 | 2,105 | 21,051 |
| 2534 | 18,709 | 2,105 | 20,814 |
| 2535 | 19,061 | 2,105 | 21,166 |
| 2536 | 19,799 | 2,927 | 22,726 |
| 2537 | 20,174 | 3,295 | 23,442 |
| 2538 | 20,337 | 3,375 | 23,712 |
| 2539 | 26,234 | 3,816 | 30,030 |

ที่มา : (การเคหะแห่งชาติ, 2540)

ลักษณะของอาคารเช่าพักอาศัยนี้มีลักษณะเหมือนกับอพาร์ทเมนท์หรือหอพักให้เช่าของเอกชนโดยทั่วไป แต่การเคหะแห่งชาติได้จัดทำโครงการอย่างมีระบบมีระเบียบต่าง ๆ ที่ชัดเจน มีการจัดทำสาธารณูปโภค สาธารณูปการอย่างเหมาะสม แต่ปัจจัยในการที่ผู้บริโภคจะเลือกที่อยู่อาศัยที่ใดที่หนึ่งย่อมมีปัจจัยหลากหลายมากกว่านั้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการแข่งขันสูงดังได้กล่าวไปแล้ว จึงได้มีการศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการมาเช่าอาคารเช่าพักอาศัยของการเคหะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แห่งชาติ และความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเช่าอาคารเช่าพักอาศัยของการเคหะแห่งชาติ โดยได้เลือกโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ ถนนนวมินทร์ (สุขาภิบาล 1) มาเป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นโครงการที่แล้วเสร็จมาไม่นานและประสบความสำเร็จในการจำหน่ายมีผู้เช่าอยู่อาศัยเต็มภายในเวลาไม่นาน เป็นโครงการที่มีเฉพาะอาคารเช่าพักอาศัยเท่านั้น (ยกเว้นส่วนพาณิชย์กรรม) ซึ่งน่าจะเหมาะสมกว่าโครงการที่มีที่อยู่อาศัยหลายรูปแบบปะปนกัน หรือที่มีการก่อสร้างมานานแล้ว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเช่าอาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ของการเคหะแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เช่าอาคารเช่าพักอาศัย โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ของการเคหะแห่งชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการวางแผนตลาดของที่อยู่อาศัยประเภทเช่าของทั้งการเคหะแห่งชาติ และของเอกชนทั่วไป
2. เป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม
3. เป็นแนวทางในการวางแผนในการจัดสร้างหรือจัดการโครงการต่อ ๆ ไปให้สามารถลดปัญหาหรือความไม่พึงพอใจของผู้บริโภคได้

ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาในส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ได้แก่

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง การจัดผังโครงการ รูปแบบอาคาร รูปแบบและขนาดของห้องชุด ลักษณะวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ความสะดวกในการเข้า-ออก และการคมนาคมต่าง ๆ สภาพแวดล้อมของโครงการ สาธารณูปโภคและสาธารณูปการในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ด้านราคา ได้แก่ ราคาและเงื่อนไขในการชำระเงิน

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกของผู้บริโภคในการติดต่อเช่า การให้ข้อมูลของพนักงานขาย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา

2. ศึกษาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคในการเช่าอาคารเช่าพักอาศัย ได้แก่ การจัดผังโครงการ รูปแบบอาคาร รูปแบบและขนาดห้อง คุณภาพของวัสดุในการก่อสร้าง - สาธารณูปโภคและสาธารณูปการในโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น การรักษาความปลอดภัย การรักษาความสะอาด เป็นต้น สภาพแวดล้อม เช่น เสียง แสง เป็นต้น ความสะดวกในการคมนาคม การให้บริการของการเคหะแห่งชาติ ความสะดวกในการชำระเงิน ความพึงพอใจต่อราคาเช่า การบริหารงานและจัดการของสำนักงานเคหะชุมชนและการเคหะแห่งชาติ

3. ศึกษาในกลุ่มประชากรที่พักอาศัยในอาคารเช่าพักอาศัย ของโครงการเคหะนวมินทร์ การเคหะแห่งชาติ ตั้งอยู่ ถนน นวมินทร์ แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 10 อาคาร จำนวน 1,726 หน่วย

4. กลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นบุคคลที่พักอาศัยในอาคารชุดเช่าพักอาศัยนี้ และมีอำนาจในการตัดสินใจในการเลือกที่อยู่อาศัยด้วยตนเอง หรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการเลือกที่อยู่อาศัย

5. ช่วงเวลาในการสำรวจอยู่ในช่วงเดือนธันวาคม 2541-มกราคม 2542

นิยามศัพท์

อาคารเช่าพักอาศัย(Flat) หมายถึง อาคารสูงขึ้นไปในแนวตั้ง แบ่งเป็นชั้นๆวางซ้อนกัน อยู่ในแต่ละชั้นแบ่งเป็นห้อง ๆ แต่ละห้องมีห้องน้ำในตัว ให้เช่าเพื่อการอยู่อาศัย

ส่วนประสมทางการตลาดของอาคารเช่าพักอาศัย หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดของอาคารให้เช่าเพื่อการอยู่อาศัยกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย (1)ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ องค์ประกอบทางกายภาพของโครงการทำเลที่ตั้ง การบริหารและบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก (2)ราคาเช่าและเงื่อนไข (3)การจัดจำหน่าย และ(4)การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตรวจเอกสาร

จักรกฤษณ์และสินี(2518) ได้ศึกษาสภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในเคหะสงเคราะห์แบบแฟลตดินแดง พบว่าผู้สูงอายุมีความลำบากและเหน็ดเหนื่อยในการขึ้นลงบันไดเป็นพิเศษ ทั้งนี้เนื่องมาจากการเคหะแห่งชาติไม่สามารถติดตั้งลิฟท์ในแฟลตได้ เพราะอาจมีปัญหามาตามา เช่น อาจเป็นอันตรายกับเด็กที่อาจมาใช้ลิฟท์ตามลำพัง ผู้สูงอายุจึงไม่ได้รับความสะดวกในการขึ้นลงอย่างแน่นอน ต้องอาศัยในแฟลตในสภาพจำทน จึงน่าเป็นสาเหตุให้ผู้สูงอายุไม่พึงพอใจในการอยู่อาศัยในแฟลต ยังพบว่าครอบครัวของผู้สูงอายุในแฟลตดินแดง ส่วนมากจะมีสมาชิกไม่น้อยกว่า 6 คนทำให้ค่อนข้างอึดอัดทำให้มีความไม่พึงพอใจในการอาศัยในแฟลตและยังพบว่าผู้สูงอายุในแฟลตดินแดงส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย นอกจากนี้พบว่าผู้สูงอายุในแฟลตดินแดงส่วนมากร้อยละ 62.6 ต้องการจะอยู่อาศัยในชั้นที่ 1 และ 2 มากกว่าชั้นอื่นโดยมีสาเหตุจากความสะดวกในการขึ้นลงเป็นสำคัญ

วิมลสิทธิ์ (2523) ในรายงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการอยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อมของเคหะสงเคราะห์แบบแฟลต เกี่ยวกับข้อดีข้อเสียของการอยู่แฟลตนั้น พบว่า ข้อดีของแฟลตคือ มีไฟฟ้าใช้อย่างสะดวก มีการคมนาคมสะดวก ทั้งขยับสะดวก การเสียค่าเช่าถูก การมีน้ำประปาใช้สะดวก การดูแลรักษาง่าย การพึ่งพาอาศัยเพื่อนบ้าน การมีร้านค้าภายใน และการไม่ถูกไล่ที่หรือเวนคืนตามลำดับ ส่วนข้อเสียได้แก่ การไม่มีที่ตากผ้าที่เพียงพอ ไม่มีที่ปลูกต้นไม้ มีอันธพาลมั่วสุมกัน มีกลิ่นอาหารภายในห้องพักและห้องดับแคบ ส่วนในเรื่องการดูแลชุมชนอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ยังพบว่าแฟลตแต่ละหน่วยมีผู้อยู่อาศัยโดยเฉลี่ย 5-6 คน ทำให้อยู่อย่างแออัดและขาดความเป็นส่วนตัว มีผลกระทบต่อสภาพทางจิตวิทยา หรือความรู้สึกและทัศนคติของผู้อยู่อาศัยจากการทดสอบทางสถิติพบว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือนมีผลต่อทัศนคติ โดยพบว่ากลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อยกว่า(ไม่เกินจำนวนเฉลี่ย) มีความรู้สึกว่าห้องกว้างขวางกว่ากลุ่มที่มีสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า(เกินจำนวนเฉลี่ย) โดยมีความแตกต่างกันในเชิงสถิติ และอาจมีปัญหานในเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด

-อคิน(2526) พบว่าผู้สูงอายุไม่พอใจแฟลตเพราะ แสงสว่างไม่อยเพียงพอ มีข้อห้ามต่างๆเช่นห้ามปลูกต้นไม้ ห้องพักมีขนาดคับแคบ รวมทั้งเกรงกลัวอาชญากรรมที่อาจจะเกิดขึ้นได้

กานดา(2526) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการอยู่อาศัยแฟลต พบว่าผู้สูงอายุมีความพึงพอใจมากในด้านทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การทำความสะอาดที่พัก ระเบียบของการเคหะแห่งชาติ ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสังคม และมีความพึงพอใจในระดับน้อยในด้านแสงสว่างในห้องพัก และความไม่สะดวกในการตากผ้า

ฉัตรชัย(2527) ได้พบว่าปัจจัยสำคัญในการเลือกที่อยู่อาศัยคือ การมีเส้นทางคมนาคม สะดวกและราคาถูก อีกทั้งต้องการให้มีสาธารณูปการที่จำเป็นอยู่ใกล้เคียง และยังพบว่าปัจจัยในการเลือกบ้านจัดสรรราคาปานกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยสำคัญลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้ง ที่น้ำไม่ท่วม และอยู่ใกล้แหล่งงานมากกว่าการคำนึงถึงราคา

เดชะ(2530) ได้พบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มีลำดับความสำคัญดังนี้ คือ ทำเลที่ตั้ง ตัวบ้าน และการก่อสร้าง ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ชื่อเสียงของเจ้าของโครงการ บริการพิเศษของโครงการ และการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังพบว่า การเลือกที่อยู่อาศัยในอาคารชุด พบว่าปัจจัยลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้ง

ถนอม(2534) พบว่าผู้ที่เลือกที่จะอยู่อาศัยในอาคารชุด จะพิจารณาปัจจัยดังนี้ คือ ทำเลที่ตั้ง ราคา แหล่งอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ระยะเวลาเดินทางไปทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบของอาคารชุด เจ้าของโครงการ ตลอดจนเงินกู้ยืมที่สนับสนุน

โอมและคณะ(2534) ได้ศึกษาทัศนคติที่มีต่อโครงการที่อยู่อาศัยในเมืองในรูปแบบการเช่าสิทธิ์เช่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 1,000 คน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าสิทธิ์เช่าในระดับมากได้แก่ ราคาซื้อขายที่อยู่อาศัยพร้อมที่ดินและการคมนาคม ปัจจัยที่สำคัญปานกลางได้แก่ ความใกล้กับโรงพยาบาล ค่าเช่า ความใกล้ศูนย์การค้า โอกาสในการประกอบอาชีพเสริม สถานศึกษาของบุตร บิดามารดา คู่ครอง และครอบครัว สำหรับปัจจัยที่สำคัญน้อยได้แก่ ความใกล้เพื่อนฝูงและญาติ และบุตร

กฤษณทิพย์(2536) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีไม่ว่าจะเป็น ถนน ทางเท้า ระบบไฟฟ้า ที่จอดรถ การดูแลรักษาความปลอดภัย การเก็บขยะ มีผลอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย

โสภณ(2536) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยไว้ดังนี้ (1) ทำเลที่ตั้ง และระยะเวลาการเดินทาง (2) ราคา (3) สาธารณูปโภค (4) ขนาดโครงการและขนาดห้อง (5) สภาพแวดล้อมของโครงการ (6) ความปลอดภัย (7) ชื่อเสียงผู้ประกอบการ

กิตติพงษ์(2538) พบว่าปัจจัยสำคัญในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ (1) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน (2) สภาพแวดล้อม (3) ความปลอดภัย (4) สาธารณูปโภค (5) สิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็น(2538) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการอาคารชุดของรัฐและเอกชน พบว่า ผู้อยู่อาศัยมีการซื้อมากกว่าการเช่า มีจำนวนผู้พักอาศัย 2-3 คนต่อห้องชุด ด้านความพึงพอใจพบว่า ผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดโครงการของรัฐมีความพึงพอใจมากกว่าโครงการภาคเอกชน ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ลักษณะห้องชุด องค์กรประกอบโครงการ การบริการ และบริหารอาคารชุดและทรัพย์สินส่วนกลาง ส่วนผู้อยู่อาศัยโครงการภาคเอกชนมีความพึงพอใจในด้านราคาของที่อยู่อาศัย

ศูนย์วิจัยธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์(2538) ได้ศึกษาเพื่อปรับปรุงงานด้านบริการของการเคหะแห่งชาติ พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ระเบียบและวิธีการชำระเงิน ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในระดับพอใช้ก่อนไปทางพึงพอใจได้แก่ ราคาเช่าและเช่าซื้อ ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในระดับพอใช้ก่อนไปทางไม่พึงพอใจได้แก่ ความตั้งใจและเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ความรวดเร็วในการบริการของเจ้าหน้าที่ สนามเด็กเล่นและสวนหย่อมรวมทั้งสนามกีฬา การเก็บขยะ และการเก็บกวาดทำความสะอาด และปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในระดับน้อยได้แก่ ยามรักษาความปลอดภัย

สนิท(2539) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการเคหะชุมชนหลักสี่เปรียบเทียบกับโครงการนิรันดร์คอนโดมิเนียม พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เช่าและซื้อ มีจำนวนใกล้เคียงกัน ในด้านความพึงพอใจพบว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการในโครงการเคหะชุมชนหลักสี่พึงพอใจมากกว่าในด้าน (1)การบริการสาธารณูปโภค (2)ความปลอดภัย (3)ความสะอาด (4)การซ่อมบำรุง (5)กฎระเบียบต่าง (6)สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง (7)อัตราค่าบริการส่วนกลาง.

ศูนย์บริการทางวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์(2539) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในโครงการอาคารชุดของการเคหะแห่งชาติ พบว่าส่วนมากถึงกว่าร้อยละ 80 ใช้ห้องชุดเป็นที่พักอาศัยหลัก พบว่าผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจในระดับต่ำใน 5 ด้านได้แก่ สิ่งแวดล้อมของตัวโครงการอาคารชุด สิ่งแวดล้อมภายนอกตัวอาคาร ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความเป็นอยู่ของสังคมที่มีผู้อยู่อาศัยร่วมกัน และด้านคุณภาพโดยรวมของการอยู่อาศัย

สุรินทร(2540) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของการเคหะแห่งชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นในระดับมากได้แก่ เป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ เป็นหน่วยงานที่จัดสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้อ่างกลางและน้อย ความคิดเห็นในระดับปานกลางได้แก่ ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ บ้านและอาคารได้มาตรฐาน รูปแบบบ้านอาคารสวยงาม ที่อยู่อาศัยมีราคาไม่แพง มีการจัดระเบียบชุมชนได้อย่างเหมาะสม เป็นหน่วยงานที่สนใจทุกข์สุข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในชุมชน และเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบและช่วยเหลือสังคมความคิดเห็นในระดับน้อยได้แก่ มีการบริการหลังการขายที่ดี พนักงานให้บริการที่น่าประทับใจ และมีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ยังพบว่าโดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเคหะแห่งชาติในเชิงลบเป็นส่วนใหญ่

William Alongso (1966) ได้กล่าวว่า การเลือกที่อยู่อาศัยควรพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ (1)ราคาของที่พักอาศัย ซึ่งสัมพันธ์กับรายได้และความสามารถในการจ่ายสำหรับที่อยู่อาศัยนั้น ๆ (2)รูปแบบที่อยู่อาศัย ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้อยู่อาศัย. ซึ่งจะสัมพันธ์กับขนาดครอบครัวและสถานภาพสมรส (3)ที่ตั้งของที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและระยะทางที่ไปทำงานด้วย(Murphy, 1966 : 436)

Brain J.L. Berry and Frank E.Horton (1970) ได้เสนอว่าปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัย มี 3 ประการคือ (1)ราคาหรือค่าเช่าที่อยู่อาศัย (2)ชนิดของที่อยู่อาศัย (3)ที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้มีความสัมพันธ์ควบคู่ไปกับเหตุผลส่วนตัวในการเลือกที่พักอาศัยของแต่ละคน เช่น จำนวนเงินที่บุคคลพอใจที่จะจ่ายสำหรับที่อยู่อาศัยซึ่งขึ้นอยู่กับรายได้ นอกจากนี้ยังขึ้นกับสถานภาพสมรส และขนาดครอบครัว หรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต ซึ่งจะมีผลต่อชนิดของชุมชนที่ต้องการจะอยู่อาศัยรวมทั้งระยะทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งงานด้วย

Chan Ping Chui(1975 a) ในการศึกษาทัศนคติผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดในฮ่องกง สรุปได้ว่า ก่อให้เกิดปัญหาการปรับตัว ความลำบากในการเลี้ยงดูเด็กเพราะเด็กไม่สามารถวิ่งเล่นหรือส่งเสียงดังได้ตามธรรมชาติของเด็ก การขาดความเป็นส่วนตัว

Stephen H.K. Yeh and Ten Soo Lee (1975 b) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพอใจในการอยู่อาศัยในอาคารชุดของสิงคโปร์ พบว่าผู้อยู่อาศัยไม่พอใจในสภาพแวดล้อมทางสังคมมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัย ความสะอาด และระดับเสียงรบกวน

Brain Goodall(1977) กล่าวถึงหลักเกณฑ์การเลือกที่อยู่อาศัย ว่าผู้อยู่อาศัยจะพิจารณาจากคุณสมบัติที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ (1)ลักษณะของที่อยู่อาศัย ได้แก่ ความเก่าใหม่ ขนาดและส่วนประกอบภายใน (2)ลักษณะชุมชน ผู้อยู่อาศัยมักจะเลือกบริเวณหรือชุมชนที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เหมือนตนเอง (3)ความสัมพันธ์ของที่ตั้งกับพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า หรือการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมต่างๆ แต่ในทางปฏิบัติปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยได้แก่(1)รายได้ กล่าวได้ว่า รายได้ ความพอใจ และการเลือกที่อยู่อาศัย จะมีความสัมพันธ์กันยิ่งขึ้น เมื่อรายได้ของผู้อยู่อาศัยมากขึ้นเท่าใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอกาสในการเลือกที่อยู่อาศัยและความพอใจ จะได้รับการตอบสนองมากขึ้น (2)การเข้าถึงแหล่งงาน ครอบครัวต้องพิจารณาระหว่างความสะดวก ในการเข้าถึงแหล่งงานของหัวหน้าครอบครัวกับความเป็นไปได้เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความต้องการด้านอื่น ๆ ในการติดต่อกับเมืองและสิ่งพอใจต่าง ๆ (3)สภาพครอบครัว การที่มีเด็กภายในครอบครัวมีผลสะท้อนต่อการใช้พื้นที่ของครอบครัว (4)ปัจจัยอื่น ๆ เช่นการแบ่งแยกผิว เชื้อชาติ และชนชั้น เป็นต้น

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมของตลาด และความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในอาคารเช่าพักอาศัย โครงการเคหะนวมินทร์ของการเคหะแห่งชาติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และได้ผลเป็นที่น่าเชื่อถือ ภายใต้อุปสรรค และข้อจำกัดของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล และระเบียบวิธีวิจัย ดังจะได้อธิบายต่อไป

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ที่พักอาศัยในอาคารให้เช่าพักอาศัย และเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเลือกที่อยู่อาศัยด้วยตนเอง หรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย นอกจากนี้แล้วต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี เพื่อให้มีวุฒิภาวะพอสมควรในการตอบคำถาม

สำหรับจำนวนห้องพักในอาคารชุดเช่าพักอาศัยโครงการเคหะนวมินทร์มีจำนวนทั้งสิ้น 1,726 หน่วย จากทั้งหมด 10 อาคาร

ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

1. ขนาดตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขึ้นตามสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่พอดีของ Yamane (อุทุมพร, 2532) ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยที่ค่าประมาณจะคลาดเคลื่อนจากค่าที่เป็นจริงไม่เกิน $\pm 5\%$ สำหรับประชากรจำนวน 1,726 ห้อง สามารถหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตรทางสถิติ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

โดยให้ n = ขนาดของตัวอย่าง

E = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

N = จำนวนประชากรทั้งหมด ในที่นี้คือ 1,726 ห้อง

กำหนด $E = 5\%$ และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 325 ตัวอย่าง

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) โดยมีอันตรายภาคชั้น ของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5 ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการจับฉลากหาเลขที่ห้องพักเริ่มต้น (Random Start) ก่อนจำนวนหนึ่งห้อง จากนั้นบวกด้วยขนาดของอันตรายภาคชั้นก็จะได้หมายเลขห้องถัดไป ในกรณีที่ห้องพักที่ได้กำหนดไว้เป็นตัวอย่างนั้นไม่สามารถหาข้อมูลได้ ทั้งนี้อาจจะเกิดจากเงื่อนไขของคุณสมบัติประชากร เช่น ผู้ที่อยู่อาศัยขณะนั้นไม่สามารถให้ข้อมูลได้ หรือห้องนั้นไม่มีผู้เช่าพักอาศัยในขณะนั้น ผู้วิจัยจะใช้ห้องพักถัดไปแทน หากมีปัญหาในการทำงานเดียวกันก็ใช้วิธีเลือกห้องถัดไปเข้ามาเป็นตัวอย่างแทน ทำโดยวิธีกาครั้งนี้จนได้จำนวนตัวอย่างครบ 325 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Quaestionare) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการวิจัย รวมทั้งได้ศึกษาจากแบบสอบถามที่มีการใช้มากับงานวิจัยในอดีต หลังจากได้สร้างแบบสอบถามขึ้นมาก็ได้มีการนำไปทดลอง แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่เหมาะสมกับการวิจัย

โครงสร้างของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ จำนวนผู้อาศัยในห้องพัก สถานะภาพการสมรส บริเวณที่ตั้งของที่ทำงาน ระยะเวลาในการเดินทางไปทำงาน พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การเช่า สื้อที่ที่ทราบ วัตถุประสงค์ในการเช่า การคาดการณ์ระยะเวลาที่คาดว่าจะอยู่อาศัยต่อไป โดยคำถามในส่วนนี้จะเป็คำถามที่ให้ผู้อาศัยเลือกเพียงคำตอบเดียวและให้กรอกข้อความในช่องว่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอาคารเช่าพักอาศัย โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความพึงพอใจ ในการพักอาศัยในอาคารเช่าพักอาศัย โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ความเหมาะสมของการดำเนินการด้าน การส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ของโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

ในส่วนที่ 2 ,3 และ 4 นี้ จะเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ หรือเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแสดงทัศนคติ 5 ระดับ ดังนี้

| ระดับที่ 5 | หมายถึง | มากที่สุด |
|------------|---------|------------|
| " 4 | " | มาก |
| " 3 | " | ปานกลาง |
| " 2 | " | น้อย |
| " 1 | " | น้อยที่สุด |

การประมวลผลข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา
2. การออกแบบรหัสข้อมูล (Data Coding Form) เป็นขั้นตอนการออกแบบรหัสข้อมูลให้เหมาะสมกับ แบบสอบถาม
3. การประมวลผลข้อมูล ทำการถ่ายถอดรหัสข้อมูลมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer) โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows Version 7.5)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลที่ได้ทำการประมวลผลแล้วมาทำการวิเคราะห์โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ผลของการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นการสรุปข้อมูลทั่วไปที่ได้รับจากแบบสอบถาม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ต่อไป โดยสถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ ค่ามัชฌิมเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายสำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 2,3 และ4 ได้ใช้เกณฑ์การประเมินค่า โดยกำหนดช่วงคะแนน (Class Interval) เป็น 5 ระดับและได้ให้คะแนนสูงสุด เท่ากับ 5 คะแนน สำหรับคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 (กัลยา, 2539 : 27)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นช่วงคะแนน เพื่อพิจารณาแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความหมายว่า มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความหมายว่า มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความหมายว่า ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความหมายว่า น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความหมายว่า น้อยที่สุด

2. นำข้อมูลจากส่วนที่ 1 มาจัดหมวดหมู่ ทำการทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ F-test เพื่อพิจารณาความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่พิจารณาตามข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคที่จำแนกเป็นดังนี้ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาเดินทาง และการเช่า และเพื่อพิจารณาความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่พิจารณาตามข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคที่จำแนกเป็นดังนี้ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพการสมรส และจำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพัก

สมมติฐานการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาเดินทาง และการเช่า มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเช่า อาคารเช่า พัทยา พัทยาโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ของการเคหะแห่งชาติ

2. ตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพการสมรส และจำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพัก มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เช่าอาคารเช่าพัทยา พัทยาโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ของการเคหะแห่งชาติ



๙๙

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) เป็นหนึ่งในแนวความคิดที่สำคัญในทฤษฎีการตลาดยุคใหม่ ซึ่ง ฟิลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler) ได้กำหนดนิยามไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เซ็ตของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย(Philip Kotler, 1997: 92)

หรือส่วนประสมทางการตลาดคือองค์ประกอบ ที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (สุดาดวง, 2540: 29)

ส่วนประสมทางการตลาดมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Price) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) สามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างว่า 4P's

ผลิตภัณฑ์(Product)

ผลิตภัณฑ์(Product) หมายถึงสิ่งใดก็ตามที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิดสถานที่ องค์การ หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์(Utility) กล่าวคือ มีมูลค่า มีประโยชน์ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ (ศิริวรรณและคณะ, 2538: 22) หรือหมายถึงปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมที่จะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด(Idea) ที่จะไปตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาดมักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ(Total Product)ซึ่งหมายถึงตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น จะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ(สุดาดวง, 2540: 29)

ราคา(Price)

ราคา(Price) หมายถึงมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน(Cost)ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า(Value)กับราคา ถ้ามูลค่าผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาจึงทำการตัดสินใจซื้อ ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคานักการตลาดต้องคำนึงถึง (1) การยอมรับราคาของลูกค้าทั้งนี้ต้องสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น (2) ต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ผลิต (3) คุณลักษณะการแข่งขัน (ศิริวรรณและคณะ, 2539: 24) ส่วนฟิลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler) กล่าวถึงราคาไว้ว่าเป็นเครื่องมือของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความอ่อนไหวสูง เป็นจำนวนเงินที่ลูกค้าจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งลูกค้าต้องตัดสินใจจากทั้งราคาขายส่งหรือขายปลีก ส่วนลด เงินไข และระยะเวลาในการชำระเงิน ราคานั้นควรที่จะเทียบเท่ากับคุณค่าที่สัมผัสได้ของสินค้าหรือบริการที่น่าเสนอ หากไม่แล้วผู้ซื้ออาจเปลี่ยนไปซื้อผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (Philip Kotler, 1997: 93)

การจัดจำหน่าย(Place)

การจัดจำหน่าย(Place) เป็นเครื่องมือของส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญประการหนึ่ง ประกอบด้วยกิจกรรมทั้งหลายที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถไปถึงมือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหรือทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ รวมทั้งการจัดหา แยกแยะและเชื่อมโยงสถาบันคนกลางต่าง ๆ เพื่อที่จะนำสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (Philip Kotler, 1997: 93) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีหรือมีราคาเหมาะสม แต่ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหามาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาถึง สถานที่ เวลา และผู้ที่จะเสนอขายสินค้าและบริการ

การส่งเสริมการตลาด(Promotion)

การส่งเสริมการตลาด(Promotion) หมายถึงการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพเพื่อชักจูงทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ (McCarthy E. Jerome and Perreault D. William, 1985: 730) หรือหมายถึงกิจกรรมทั้งหลายที่สื่อสารและกระตุ้นไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายถึงสินค้าและบริการ รวมไปถึงการจ้าง อบรม และจูงใจพนักงานขาย การสร้างเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ญาติเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปรแกรมการสื่อสารและการกระตุ้นยังประกอบไปด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการขายตรง(Philip Kotler, 1997: 93)

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่ามีผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความจำกับผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญอยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เราเรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่ .

1. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face to Face) พนักงานขายต้องพบปะผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า

2. การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยมิได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอ แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่

3. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายอาจจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง ของแถม การชิงโชค ฯลฯ

4. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร เป็นการเสนอข่าวสาร ความคิด สินค้า หรือบริการโดยไม่ใช้บุคคล

การใช้ส่วนประสมทางการตลาด อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (4P's) ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Satisfy needs and wants) กล่าวคือใช้เครื่องมือการตลาด แต่ละเครื่องมือเพื่อส่งมอบผลประโยชน์ให้กับลูกค้า 4 ด้าน เรียกว่า 4C's ซึ่งประกอบด้วย ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (Customer needs and wants) ต้นทุนของลูกค้า (Cost to the customer) ความสะดวกของลูกค้า (Convenience) และการติดต่อสื่อสารที่ดีกับลูกค้า (Communication) (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 การใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

| ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) | การตอบสนองลูกค้า (4C's) |
|---|-----------------------------------|
| ผลิตภัณฑ์(Product)ต้องคำนึงถึง | ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า |
| ราคา(Price)ต้องพิจารณาถึง | ต้นทุนของลูกค้า |
| การจัดจำหน่าย(Place) ต้องคำนึงถึง | ความสะดวกของลูกค้า |
| การส่งเสริมการตลาด(Promotion)ต้องคำนึงถึง | การติดต่อสื่อสารผ่านลูกค้า |

ที่มา : (Philip Kotler, 1997: 94)

หากจะพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาดว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถศึกษาได้จากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior Model) ซึ่งเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น(Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ส่วนประสมทางการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งซึ่งนักการตลาดต้องจัดให้มีและสามารถควบคุมได้ เรียกว่าสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) (ศิริวรรณและคณะ, 2539: 35) ดังแสดงในภาพที่ 1

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ในด้านการตลาด ฟิลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าเอาไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างคุณประโยชน์ที่ผู้ซื้อได้รับกับความคาดหวังของผู้ซื้อโดยได้ให้นิยามของความพึงพอใจไว้ว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค
 ทิมา (ศิริวรรณและคณะ, 2539 : 35)

ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกของคนที่พอใจหรือไม่พอใจจากผลการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของคนเหล่านั้น (Philip Kotler, 1997: 40)

เพื่อให้นิยามนี้ชัดเจนขึ้น สามารถอธิบายได้ดังนี้ ถ้าประโยชน์ที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะไม่พึงพอใจ ถ้าประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องกับความคาดหวังลูกค้าก็จะพึงพอใจ แต่ถ้าประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะพึงพอใจมากหรือยินดีมาก ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value Added) ให้กับสินค้าและบริการ

ความคาดหวังของผู้บริโภคเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ถ้านักการตลาดส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไว้เกินจริง ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังที่สูงและทำให้ผู้ซื้อผิดหวังเมื่อตัดสินใจซื้อและนำมาใช้งาน หลักสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จคือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าในความรู้สึกของลูกค้าที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจโดยส่วนรวมของลูกค้า

ซึ่งจากการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพอใจที่นักมนุษยศาสตร์ได้ศึกษาค้นคว้าในช่วงที่ผ่านมา แนวความคิดที่สำคัญสามารถรวบรวมได้ดังนี้

ทฤษฎีความพอใจของเชลเลย์ (Shelley) (Atman, 1977: 49) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทุกชนิดของมนุษย์จะตกอยู่ในกลุ่มความรู้สึกสองแบบนี้ ความรู้สึกทางบวก คือความรู้สึกที่มีเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้ดี ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้ก็มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่าง ๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจของมนุษย์

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกหรือสร้างให้เกิดความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimulus) การวิเคราะห์ระบบความพอใจ จะเป็นการศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าที่เป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรอยู่จำกัด ดังนั้นความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดทรัพยากรที่มีอยู่อย่างถูกต้องเหมาะสม สภาพแวดล้อมทางกายภาพก็เป็นทรัพยากรของระบบความพอใจอย่างยิ่ง ดังนั้นการออกแบบสภาพแวดล้อม คือ การตัดสินใจจัดทรัพยากรที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีอยู่ให้เกิดความพอใจได้

นอกจากความพอใจจะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกสามแบบตามที่กล่าวมาแล้ว เมื่อพิจารณาในระบบที่กว้างขึ้นเพื่อให้เข้าใจว่าความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นเกิดขึ้น

ได้อย่างไร จะศึกษาได้จากแนวความคิดของนิวแมนและคอนเวย์ (Newman and Conway) (Atman, 1977: 82)ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สามารถศึกษาได้ชัดเจนเมื่อแยกออกเป็นการตอบรับ (Response) และปฏิกิริยา (Reaction) ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาคหรือสรีระซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิของร่างกาย ฯลฯ ในขณะที่การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ ทศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออก ซึ่งรวมเรียกว่าการตอบรับทางสังคม-จิตวิทยาและพฤติกรรม (Social-psychological and behavioral response) ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ



บทที่ 3

การเคหะแห่งชาติ

ความเป็นมาของการเคหะแห่งชาติ

จากปัญหาอัตราการเพิ่มของประชากรและการอพยพของประชากรจากชนบทสู่เมืองที่ทวีสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เป็นอันมาก รวมทั้งความขาดแคลนที่อยู่อาศัยที่ถูกสุขลักษณะ การพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ จำต้องมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรให้อยู่ดีกินดีมี "บ้าน" หรือที่อยู่อาศัยที่ถูกสุขลักษณะตามฐานะอย่างเพียงพอ

ก่อนปี พ.ศ. 2516 แม้มีหน่วยงานของรัฐบาล องค์กร ตลอดจนหน่วยงานเอกชนหลายแห่งดำเนินงานแก้ปัญหาที่อยู่อาศัยของประชาชนอยู่แล้ว แต่หน่วยงานต่าง ๆ ดังกล่าวมีการดำเนินงานในลักษณะเอกเทศ การประสานงานและแนวนโยบายมิได้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างแท้จริง ทำให้นโยบายของรัฐในการช่วยเหลือประชาชนให้มีที่อยู่อาศัยไม่เป็นไปตามเป้าหมาย หากไม่มีแผนงานและนโยบาย ตลอดจนหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องนี้โดยตรงแล้วก็ยากที่จะดำเนินงานแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลในสมัยนั้นจึงมีประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 316 ลงวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ.2515 จัดตั้งการเคหะแห่งชาติขึ้นเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2516 ให้เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย โดยโอนเอากิจการ สิทธิ ททรัพย์สิน หนี้สิน และความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่อยู่อาศัยมาดำเนินการโดยการเคหะแห่งชาติเพียงหน่วยงานเดียว ดังนี้

1. กรมประชาสงเคราะห์ เฉพาะที่เกี่ยวกับการอาคารสงเคราะห์ (กองเคหะสงเคราะห์)
2. สำนักงานอาคารสงเคราะห์ กระทรวงมหาดไทย ซึ่งจัดตั้งตามพระราชบัญญัติจัดตั้งสำนักงานอาคารสงเคราะห์ พุทธศักราช 2485
3. ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เฉพาะที่เกี่ยวกับธุรกิจตามมาตรา 27 (1) และ (3) แห่งพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496 และในส่วนของที่เกี่ยวกับทรัพย์สิน สิทธิอาคารและหนี้สิน
4. สำนักงานปรับปรุงแหล่งชุมชน เทศบาลนครหลวง เฉพาะที่เกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินและปรับปรุงแหล่งเสื่อมโทรม

ต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการเคหะแห่งชาติ พ.ศ. 2537 ขึ้นอีกฉบับหนึ่งเพื่อปรับปรุงและเสริมสร้างให้การดำเนินงานพัฒนาที่อยู่อาศัยมีประสิทธิภาพ เหมาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของการเคหะแห่งชาติไว้ดังนี้

1. จัดให้มีเคหะเพื่อให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัย
2. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ประชาชนผู้ประสงค์จะมีเคหะของตนเอง หรือแก่บุคคลผู้ประสงค์จะร่วมดำเนินการกับการเคหะแห่งชาติ ในการจัดให้มีเคหะขึ้นเพื่อประชาชนเช่าเช่าซื้อ หรือซื้อ
3. ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการก่อสร้างอาคาร หรือจัดหาที่ดิน
4. ปรับปรุง รื้อ ย้ายแหล่งเสื่อมโทรม เพื่อให้มีสภาพการอยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมดีขึ้น
5. ประกอบกิจการอื่นที่สนับสนุนหรือเกี่ยวเนื่องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น
ทั้งนี้ ให้การเคหะแห่งชาติมีอำนาจกระทำการภายในขอบเขตแห่งวัตถุประสงค์ กล่าวคือ
 1. สร้าง ซื้อ จัดหา จำหน่าย เช่า ให้เช่า ให้เช่าซื้อ ยืม ให้ยืม รับจำนอง ว่าจ้าง รับจ้าง แลกเปลี่ยน โอน รับโอน ถือกรรมสิทธิ์ มีสิทธิครอบครองหรือมีทรัพย์สินอื่นหรือดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับทรัพย์สิน
 2. ให้กู้ยืมหรือจัดหาแหล่งเงินทุน หรือค้ำประกันเงินทุนให้แก่บุคคลผู้ประสงค์จะมีเคหะเป็นของตนเอง
 3. ให้กู้ยืมเงิน หรือจัดหาแหล่งเงินทุน หรือค้ำประกันเงินทุนให้แก่บุคคลผู้ประสงค์จะช่วยดำเนินการกิจการกับการเคหะแห่งชาติ ในการจัดให้มีเคหะเพื่อให้ประชาชนเช่าเช่าซื้อ หรือซื้อ ตามข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด ด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี
 4. จัดหาที่ดิน หรือวัสดุก่อสร้างสำหรับการก่อสร้างเคหะ
 5. จัดให้มี หรือพัฒนาสาธารณูปโภค หรือบริการอื่นที่จำเป็นเพื่อให้สภาพการอยู่อาศัยที่ดีขึ้น
 6. กู้ยืมเงินในประเทศหรือต่างประเทศ หรือจากองค์การระหว่างประเทศ
 7. ออกพันธบัตรหรือตราสารอื่นใดเพื่อการลงทุน
 8. เข้าร่วมดำเนินการกิจการกับบุคคลอื่น หรือถือหุ้นในบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด เพื่อประโยชน์ของกิจการการเคหะแห่งชาติ(การเคหะแห่งชาติ, 2540 ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการดำเนินงานพัฒนาที่อยู่อาศัย

นับตั้งแต่ก่อตั้งมา การเคหะแห่งชาติได้ดำเนินงานพัฒนาที่อยู่อาศัยตามแผนการพัฒนาที่อยู่อาศัยแล้ว 5 ฉบับ กล่าวคือ แผนพัฒนาที่อยู่อาศัย พ.ศ. 2519-2523 ซึ่งเป็นแผนฉบับแรกของการเคหะแห่งชาติหลังจากที่รับโอนจากหน่วยงานเดิม เน้นให้การช่วยเหลือแก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อย โดยรัฐบาลให้เงินอุดหนุนมากที่สุด โครงการที่อยู่อาศัยในระยะแรก ได้แก่ โครงการหัวหมาก ดินแดง ห้วยขวาง รัชสิต บ่อนไก่ คลองเตย ประชาณิเวศน์ ท่าทราย รามอินทรา พิบูลวัฒนา บางบัว เป็นต้น ต่อมาการเคหะแห่งชาติ ได้ดำเนินงานพัฒนาที่อยู่อาศัยตามแผนเร่งรัดปี พ.ศ. 2522-2525 โดยริเริ่มการสร้างบ้านบางส่วนเพื่อลดภาระการผ่อนชำระให้ต่ำที่สุด มีโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแผนงานนี้ คือ โครงการทุ่งสองห้อง บางพลี นวนคร บางนา และยังมี การปรับปรุงชุมชนแออัดด้วย เช่น ชุมชนกิ่งเพชร ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ เป็นต้น

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2527-2529) ได้มีการยกเลิกโครงการบ้านสร้างบางส่วน โดยเน้นการสร้างบ้านสมบูรณ์แบบเช่าอยู่ได้ทันทีขึ้นแทน เช่น โครงการลาดกระบัง ธนบุรี สมุทรปราการ นนทบุรี ลำปาง อุบลราชธานี พัทยา นครศรีธรรมราช หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี เป็นต้น

ครั้งถึงช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2531-2534) รัฐบาลเริ่มดำเนินงานตามโครงการร่วมลงทุนกับภาคเอกชนตามนโยบายพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก การเคหะแห่งชาติมีการดำเนินงานสร้างอาคารประเภทเช่าสำหรับประชาชนผู้มีรายได้น้อย ได้แก่ โครงการหลักสี่ ทุ่งสองห้องระยะ 3 นครปฐมระยะ 2 บางชันระยะ 2 คลองเตยส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ฉะเชิงเทรา พัทยา ระยะ 1 แหลมฉบังระยะ 1 มาบตาพุด เป็นต้น

จนกระทั่งถึงแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) การเคหะแห่งชาติให้ความสำคัญกับปัญหาที่อยู่อาศัยสำหรับประชาชนผู้มีรายได้น้อยและปัญหาคนจนในเมือง ได้ดำเนินการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับประชาชนในชุมชนแออัด เริ่มโครงการจัดหาที่อยู่ให้ โครงการพัฒนาคนจนเมือง โดยจัดตั้งสำนักพัฒนาชุมชนเมืองซึ่งได้รับการสนับสนุนเงินกองทุน 1,250 ล้านบาทจากรัฐบาล และได้มีการดำเนินงานโครงการอาคารเช่าสำหรับประชาชนผู้มีรายได้น้อย ได้แก่ โครงการนครปฐม 3 หลักสี่ ระยะ 2 ลำปาง ระยะ 2 อัญญา ระยะ 2 นครสวรรค์ ระยะ 2 เป็นต้น

การเคหะแห่งชาติยังได้ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ หลายแห่ง เพื่อจัดสร้างที่อยู่อาศัยเป็นสวัสดิการแก่ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจทั่วประเทศ ทั้งยังดำเนินงานสร้าง

ที่อยู่อาศัยในกรณีฉุกเฉินเร่งด่วนอื่นๆ ตามนโยบายของรัฐบาล เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยภาคใต้ และผู้ประสบอัคคีภัย เป็นต้น

นับตั้งแต่ก่อตั้งจากอดีตจนกระทั่งสิ้นสุดปีงบประมาณ พ.ศ.2539 การเคหะแห่งชาติได้ดำเนินงานพัฒนาที่อยู่อาศัยและแก้ไขปัญหาชุมชนแออัดจำนวนทั้งสิ้น 239,925 หน่วย(ข้อมูล ณ 31 ตุลาคม 2539) แยกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

| | | |
|--------------------------------------|---------|-------|
| 1. โครงการเคหะชุมชนและเมืองใหม่ | 105,163 | หน่วย |
| 2. โครงการพิเศษและบริการชุมชน | 964 | หน่วย |
| 3. โครงการเคหะข้าราชการ | 32,834 | หน่วย |
| 4. โครงการช่วยเหลือผู้ประสบภัยภาคใต้ | 676 | หน่วย |
| 5. โครงการปรับปรุงชุมชนแออัด | 100,288 | หน่วย |

นโยบายการพัฒนาที่อยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติ เน้นการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลางเป็นสำคัญ โดยกำหนดสัดส่วนการพัฒนาที่อยู่อาศัยไว้ร้อยละ 70 สำหรับประชาชนผู้มีรายได้น้อย ส่วนรายได้ปานกลางและรายได้สูงร้อยละ 30 (การเคหะแห่งชาติ, 2540 ก)โดยในขณะนี้โครงการเคหะชุมชนต่าง ๆ ของการเคหะแห่งชาติ เป็นการดำเนินงานคาบเกี่ยวระหว่างการปฏิบัติตามแผนวิสาหกิจฉบับที่ 3 พ.ศ. 2535-2539 กับแผนวิสาหกิจฉบับที่ 4 พ.ศ. 2540-2544 เช่น โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ มีที่มาจากนโยบายตามแผนวิสาหกิจฉบับที่ 3 พ.ศ. 2535-2539 และเริ่มปฏิบัติการในช่วงของแผนวิสาหกิจฉบับที่ 3 พ.ศ. 2535-2539 แต่มาแล้วเสร็จและพร้อมที่จะเปิดขายรวมทั้งบรรจุคนเข้าอยู่อาศัยได้ในช่วงของแผนวิสาหกิจฉบับที่ 4 พ.ศ. 2540-2544 ดังนั้นจึงต้องมีการใช้นโยบายด้านการตลาดและนโยบายการบริหารเคหะชุมชนตามแผนวิสาหกิจฉบับที่ 4 พ.ศ. 2540-2544 ดังนั้นจึงได้นำเสนอแผนวิสาหกิจทั้ง 2 แผนให้ทราบพอสังเขปดังนี้

แผนวิสาหกิจของการเคหะแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ปี พ.ศ. 2535-2539

1. ทิวไป

แผนรัฐวิสาหกิจฉบับปี พ.ศ. 2535-2539 ของการเคหะแห่งชาติเป็นแผนโดยส่วนรวมขององค์การ ซึ่งระบุวัตถุประสงค์ แนวนโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานแผน มีแผนงานโครงการต่าง ๆ รอบรับ แผนวิสาหกิจฉบับนี้ได้จัดทำให้สอดคล้องกับแผนงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัฒนาที่อยู่อาศัยและแก้ไขปัญหาชุมชนแออัดของการเคหะฯ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (2535-2539)

2. วัตถุประสงค์

การเคหะแห่งชาติได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานในวาระของแผนวิสาหกิจไว้ 5 ประการ ที่สำคัญคือ จะมุ่งให้องค์การได้รับการยอมรับให้เป็นหน่วยงานหลักของชาติในการแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยให้กับผู้มีรายได้น้อยมากถึงรายได้ปานกลาง

3. นโยบาย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ การเคหะแห่งชาติได้กำหนดแนวนโยบายครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ที่สำคัญมากก็คือ การขยายบทบาทขององค์การในด้านต่าง ๆ การปรับรูปแบบการบริหารงาน และการเพิ่มความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นต้น

4. เป้าหมาย

การเคหะแห่งชาติได้แบ่งการดำเนินงานทั้งหมดออกเป็น 9 ด้านคือ

- 4.1. ด้านการแก้ไขปัญหาชุมชนแออัด
- 4.2. ด้านการผลิตโครงการ
- 4.3. ด้านการใช้และจัดหาที่ดิน
- 4.4. ด้านการตลาด
- 4.5. ด้านการบริหารชุมชน
- 4.6. ด้านการบริหารองค์การและการจัดการ
- 4.7. ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพพจน์องค์การ
- 4.8. ด้านการวิจัยและพัฒนา
- 4.9. ด้านการเงินและการลงทุน

ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดขององค์การ และได้กำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ไว้ในแผนฯ นี้แล้ว โดยมีเป้าหมายสำคัญสรุปดังนี้

- | | | |
|---|---------|---------|
| 1. แก้ไขปัญหาชุมชนแออัดในรูปแบบต่าง ๆ | 96,000 | หน่วย |
| 2. ผลิตโครงการที่อยู่อาศัยประเภทต่าง ๆ | 205,200 | หน่วย |
| 3. จัดหาที่ดินเพื่อการจัดทำโครงการประเภทต่าง ๆ ในช่วงแผนฯ และเพื่อการสะสมไว้ใช้ในอนาคต | 14,400 | ไร่ |
| 4. จัดหาเงินลงทุนจากแหล่งต่าง ๆ | 105,500 | ล้านบาท |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเห็นได้ว่าเป้าหมายสำคัญที่กำหนดไว้ในแผนวิสาหกิจฉบับนี้มีปริมาณมากขึ้นกว่าที่กำหนดไว้ในแผนฯ วิสาหกิจฉบับที่ผ่านมา ตัวอย่างเช่น เป้าหมายการผลิตโครงการที่อยู่อาศัยประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้นถึง 2.6 เท่า

5. กลยุทธ์การดำเนินงาน

เพื่อเอื้ออำนวยให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ นโยบาย และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การเคหะแห่งชาติได้กำหนดกลยุทธ์สำหรับการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ไว้ครบทั้ง 9 ด้าน โดยส่วนรวมแล้วกลยุทธ์ดังกล่าว มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์การเพื่อรองรับปริมาณงานซึ่งเพิ่มขึ้นตามที่กล่าวถึงแล้ว

6. แผนงานโครงการ

เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมายที่กล่าวมาแล้วให้ชัดเจนยิ่งขึ้น การเคหะแห่งชาติจึงได้จัดทำแผนงานโครงการรองรับแผนวิสาหกิจทั้ง 9 ด้าน และในแผนงานโครงการแต่ละด้านยังมีการแบ่งแยกเป็นแผนงานย่อยด้านต่าง ๆ ตามความจำเป็นและเหมาะสมซึ่งในแผนงานฯ เหล่านี้ การเคหะแห่งชาติได้กำหนดเป้าหมาย ระยะเวลา และกลยุทธ์เฉพาะด้านเพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารต่อไปได้ด้วย สำหรับแผนงานในด้านการผลิตโครงการ ด้านการใช้และจัดหาที่ดิน และด้านการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

แผนงานโครงการด้านการผลิตโครงการ

1. แผนงานผลิตโครงการเคหะข้าราชการและหน่วยงานของรัฐ จัดสร้างที่อยู่อาศัยให้แก่ข้าราชการตามที่ได้รับมอบหมายหรือตามที่หน่วยงานร้องขอมา โดยจัดทำเป็นโครงการเฉพาะสำหรับหน่วยงานนั้น ๆ เพื่อเป็นบ้านพักสวัสดิการหรือเป็นที่อยู่อาศัย ให้ซื้อหรือเช่าซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ โดยมีเป้าหมายรวม 47,634 หน่วย ระยะเวลาปี พ.ศ. 2535-2539

2. แผนงานผลิตโครงการเคหะชุมชนและส่วนบริการชุมชน จัดสร้าง ที่อยู่อาศัย สำหรับประชาชนทั่วไปที่มีรายได้น้อย รายได้ปานกลาง ให้เช่า หรือเช่าซื้อ ในหลายระดับราคา และหลายรูปแบบ ทั้งนี้ในลักษณะชุมชนเช่าหรือเช่าซื้อ และโครงการพิเศษและส่วนบริการชุมชน โดยมีเป้าหมายรวม 122,902 หน่วย ระยะเวลา ปี พ.ศ. 2535-2539

3. แผนงานผลิตโครงการฟื้นฟูเมือง พัฒนาพื้นที่โครงการเดิมของการเคหะฯ ที่มีสภาพอาคารเก่าทรุดโทรมยากแก่การบูรณะ เพื่อให้เกิดชุมชนใหม่เพื่อรองรับจำนวนที่อยู่อาศัยไม่น้อยกว่าเดิมหรือมากขึ้น โดยให้มีการใช้ที่ดินอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจและความเจริญเติบโตของเมือง โดยมีเป้าหมายรวม 5,500 หน่วย ระยะเวลา ปี พ.ศ. 2535-2539

4. แผนงานผลิตโครงการเมืองใหม่และเมืองชั้นนำการพัฒนา ดำเนินงานพัฒนาชุมชนใหม่ระดับเมือง เพื่อแก้ไขความคับคั่งของชุมชนเมือง และชั้นนำการพัฒนาชุมชนให้ขยายตัวไปอย่างมีระบบสอดคล้องกับแนวพัฒนาระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และแหล่งงาน โดยมีเป้าหมายรวม 19,100 หน่วย ระยะเวลา ปี พ.ศ. 2535-2539

แผนงานโครงการด้านการใช้และจัดหาที่ดิน

1. แผนงานการใช้ที่ดินเดิม ใช้ที่ดินที่มีความเหมาะสมสำหรับจัดทำโครงการจำนวน 3,767 ไร่ จัดทำโครงการประเภทต่าง ๆ ระยะเวลาปี พ.ศ. 2535-2539

2. แผนงานการใช้ที่ดินใหม่ จัดหาที่ดินใหม่เพื่อจัดทำโครงการตามแผนงาน ปี พ.ศ. 2535-2539 จำนวน 9,600 ไร่ ภายในปี 2538 ระยะเวลา ปี พ.ศ. 2537-2539

แผนงานโครงการด้านการตลาด

1. แผนงานการตลาด

1.1 งานวิจัยตลาด

1.2 งานสำรวจวางแผนตลาด

1.3 งานเปิดขายโครงการ

1.4 งานโฆษณาและส่งเสริมการขาย

1.5 งานสัญญา

กิจกรรมและเป้าหมาย

1.1 ดำเนินการวิจัยตลาด 71,919 หน่วย

1.2 ดำเนินการสำรวจวางแผนตลาด

1.3 ดำเนินการเปิดขายโครงการ

1.4 ดำเนินการโฆษณาและส่งเสริมการขาย

1.5 ดำเนินการจัดทำสัญญา

รวม 148 โครงการ 138,524 หน่วย

ระยะเวลา

*ปี พ.ศ. 2535-2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนวิสาหกิจของการเคหะแห่งชาติ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2540-2544

ปัจจุบันและอนาคตของการเคหะแห่งชาติอยู่ในระหว่างการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจของการเคหะแห่งชาติ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2540-2544 โดยมีแนวคิดในการจัดทำแผนให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 มุ่งเน้นการให้บริการประชาชนและการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานในเชิงธุรกิจเพื่อประสิทธิภาพขององค์กรเป็นหลัก นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญกับงานที่ช่วยเสริมสร้างบทบาทขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับของสังคมมากขึ้น จึงได้กำหนดนโยบายหลักออกเป็น 4 ด้านคือ

1. นโยบายด้านการผลิต ได้แก่ การเร่งรัดพัฒนาที่อยู่อาศัย แก้ไขปัญหาชุมชนแออัด และพัฒนาเมืองโดยรวมถึงการตลาด การเงินและการลงทุน พัฒนามาบทบาทให้การเคหะแห่งชาติเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาเมือง
2. นโยบายด้านการจัดหาที่ดิน เร่งรัดจัดหาที่ดิน เนื่องจากที่ดินเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตและมีปริมาณที่จะต้องจัดหาเป็นจำนวนมาก
3. นโยบายด้านการให้บริการ เร่งรัดขยายบทบาทผู้นำทางวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัย สนับสนุนส่งเสริมองค์กรของภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาที่อยู่อาศัยและพัฒนาชุมชน มุ่งให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
4. นโยบายด้านการบริหารงาน ใช้แนวทางการดำเนินงานเชิงธุรกิจเป็นเครื่องมือในการบริหารงาน พัฒนาพนักงานทั้งในด้านคุณธรรม จริยธรรม และสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

สำหรับกลยุทธ์การดำเนินงานด้านต่าง ๆ ได้พิจารณาต่อเนื่องกับแผนวิสาหกิจฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2535-2539) เช่น การร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน การจัดตั้งบริษัทในเครือ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต และการก่อสร้างระบบอุตสาหกรรม การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดหาที่ดิน การพัฒนาระบบบริหารและบุคลากร ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การเคหะแห่งชาติได้กำหนดกลยุทธ์เพิ่มขึ้นตามความเหมาะสม เช่น การนำแนวคิดเรื่องการปรับระบบให้กระชับ (Reengineering) มาใช้ในการปรับโครงสร้างและการบริหาร การขยายบทบาททางการเงินตามพระราชบัญญัติการเคหะแห่งชาติ พ.ศ. 2537 จัดทำโครงการโดยมุ่งสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปรับเปลี่ยนบทบาทการดูแลชุมชน เป็นควารให้บริการแบบครบวงจร การให้ระบบประเมินผลการดำเนินงาน เป็นต้น

การจัดทำแผนงานโครงการ ได้กำหนดแผนออกเป็น 5 แผนงาน คือ แผนการใช้และการ
จัดที่ดิน แผนการผลิต การตลาดและการลงทุน แผนเสริมสร้างบทบาทการเป็นหน่วยงานหลัก
ในการพัฒนาเมือง แผนเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ แผนพัฒนาองค์กรและบุคลากร

เป้าหมายและการดำเนินงานพัฒนาที่อยู่อาศัยตามแผนวิสาหกิจ

1. เป้าหมายด้านการผลิต

- จัดหา พัฒนาที่อยู่อาศัยและแก้ไขปัญหาชุมชนแออัด รวมทั้งสิ้น 200,000 หน่วย
ภายใน 5 ปี

- พัฒนาเมืองใหม่บางพลีในวาระที่ 2 ให้เสร็จสมบูรณ์กึ่งหนึ่งภายในปีพ.ศ. 2544
- พื้นฟูเมืองในพื้นที่ของรัฐและเอกชนอย่างน้อย 2 พื้นที่
- พัฒนาเมืองใหม่แห่งใหม่ภายในปี พ.ศ.2544
- พัฒนาเมืองใหม่ในภูมิภาค 5 เมือง

2. เป้าหมายด้านการจัดที่ดิน

- จัดหาที่ดินเพื่อสร้างที่อยู่อาศัยตามเป้าหมายในช่วงแผนฯ 8 ประมาณ 5,036 ไร่
- จัดหาที่ดินสะสมสำหรับแผนในอนาคตประมาณ 18,455 ไร่

3. เป้าหมายด้านการให้บริการ

- พัฒนาระบบข้อมูลและวิชาการที่อยู่อาศัย ให้สามารถใช้ประโยชน์ในองค์กรได้ภายในปี พ.ศ.2541 และใช้วางแผนในระดับประเทศได้ภายในปี พ.ศ. 2543

- ให้องค์กรภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรธุรกิจและองค์การชุมชนเข้ามามีส่วน
ร่วมและมีบทบาทในการพัฒนาที่อยู่อาศัย และพัฒนาชุมชนให้เกิดองค์กรเครือข่ายภายในปีพ.ศ.
2543

- สนับสนุนให้ชุมชนเช่าซื้อ ที่ตั้งใหม่สามารถดูแลตัวเองภายใน 5 ปี

- จัดให้มีศูนย์กลางการให้บริการต่าง ๆ ครบวงจรประจำภาคกระจายไปทุกภาคภายในปี พ.ศ.2541

4. เป้าหมายด้านการบริหาร

- ปรับโครงสร้างและระบบบริหารจัดการภายในองค์กรให้สอดคล้องกับการดำเนินงานเชิงธุรกิจภายในปีพ.ศ. 2542 โดยเริ่มในส่วนให้บริการลูกค้าและเพิ่มผลผลิตก่อน

- พัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายในปี พ.ศ. 2540

- จัดสรรทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องและสนับสนุนเป้าหมายและนโยบายของแผน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริการชุมชนที่พักอาศัยของการเคหะแห่งชาติ

เพื่อเป็นการศึกษาวิธีการบริการชุมชนที่อยู่อาศัยของภาครัฐฯ ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาวิธีการบริการชุมชนของการเคหะแห่งชาติ เนื่องจากในปัจจุบันการเคหะแห่งชาติเป็นหน่วยงานของรัฐฯ เพียงแห่งเดียว ที่ดำเนินการจัดสร้างที่อยู่อาศัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองที่อยู่อาศัยให้กับผู้มีรายได้น้อยและปานกลางค่อนข้างต่ำ (กองประสานงานจัดการทรัพย์สินและเคหะชุมชน การเคหะแห่งชาติ) ในปัจจุบันการเคหะแห่งชาติดำเนินการบริหารโดยได้มีการจัดตั้งฝ่ายจัดการทรัพย์สินและเคหะชุมชนขึ้นมาเพื่อการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และมีความสุขความสบายตามสมควร โดยการเคหะแห่งชาติได้ให้ความหมายของการจัดการทรัพย์สินและการดูแลชุมชนเป็น 2 อย่าง คือ การจัดการทรัพย์สิน (Estate Management) เป็นการจัดการให้ทรัพย์สินที่มีอยู่ได้รับประโยชน์สูงสุดโดยคิดในด้านของเศรษฐกิจและการดูแลชุมชน (Housing Management) ซึ่งเป็น การจัดการให้ผู้อยู่อาศัยหรือผู้ได้รับความดูแลให้มีความพอใจสูงสุด โดยเน้นในทางสังคม การอยู่อาศัยร่วมกัน การสร้างบรรยากาศให้น่าอยู่ และความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการควบคุมให้อยู่ในระเบียบที่สร้างไว้ ขอบเขตการจัดการทรัพย์สินของการเคหะแห่งชาติมีลักษณะการดำเนินการโดยมิได้มุ่งหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากนัก แต่จะเน้นทางด้านสังคม โดยจะพยายามให้เกิดบรรยากาศของชุมชนที่ดีต่อการอยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม โดยมีหน้าที่ดังนี้คือ

1. การบริหารงานในชุมชนการเคหะแห่งชาติได้จัดตั้งหน่วยงานเพื่อบริการชุมชน โดยมีหน้าที่
 - 1.1 ดูแลและให้บริการผู้อยู่อาศัยในชุมชน
 - 1.2 จัดเก็บค่าเช่า (ในส่วนที่เป็นอาคารเช่าและแผงลอยขายของ)
 - 1.3 จัดหาผลประโยชน์ในส่วนของพื้นที่ชุมชนที่ต้องนำไปสร้างร้านค้าหรือบริการอื่น ๆ แก่ชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีความสมบูรณ์ต่อการอยู่อาศัย
2. งานบริหารชุมชน โดยทั่วไปจะเป็นงานบริการทางด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ ภายในชุมชน แบ่งเป็น
 - 2.1 ไฟฟ้า น้ำประปา แสงสว่างของถนนและบริเวณรอบ ๆ หมู่บ้าน
 - 2.2 ไฟฟ้าส่องสว่างในส่วนของอาคาร กรณีเป็นแฟลตพักอาศัย
 - 2.3 การรักษาความสะอาดและการเก็บขยะในหมู่บ้าน
 - 2.4 การรักษาความปลอดภัยภายในหมู่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 งานซ่อมบำรุงสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ รวมทั้งสวนพักผ่อนภายใน
โครงการ

2.6 ดูแลจัดการน้ำเสียทิ้งโดยที่น้ำเสียดำเนินการจัดสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อ
บำบัดก่อนทิ้งลงสู่ภายนอกโครงการเพื่อลดมลภาวะ

2.7 งานดูแลแก้ไขลิฟท์เป็นตามตารางการซ่อมบำรุง และการกั๊กลิฟท์ในกรณีขัดข้อง

2.8 งานปลูกต้นไม้และดูแลสวนพักผ่อนต่าง ๆ ในหมู่บ้าน

2.9 ควบคุมการต่อเติม

3. การพัฒนาชุมชนในโครงการการเคหะ ได้มีการเน้นให้ภายในชุมชนมีการตั้งคณะ
กรรมการชุมชน เพื่อเข้ามาช่วยรับผิดชอบในการบริหารชุมชนร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของ
การเคหะและกรรมการของชุมชนเพื่อจะได้ทราบข้อคิดเห็น ข้อปรับปรุงและเสนอแนะ และ
สำหรับกรรมการชุมชนนี้ การเคหะได้มีการออกระเบียบของการเคหะแห่งชาติปี 2530 เกี่ยวกับ
เรื่องกรรมการชุมชนที่การเคหะดูแลโดยตรงไว้ดังนี้คือ

3.1 มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการเลือกตั้งกรรมการชุมชน

3.2 มีธรรมนูญว่าด้วยกรรมการชุมชน โดยมีการระบุถึงประเด็นดังต่อไปนี้

3.2.1 วัตถุประสงค์ของกรรมการชุมชน

3.2.2 สิทธิหน้าที่ของสมาชิกชุมชน

3.2.3 การเลือกตั้งกรรมการชุมชน มีการกำหนดให้มีการเลือกตั้งทุกๆ 2 ปี
อย่างน้อยจะมีกรรมการ 7 คน แต่ไม่เกิน 35 คน ซึ่งกรรมการประกอบด้วย ประธานกรรมการ
รองประธานฯ เลขานุการ เหรัญญิก นายทะเบียน ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งตำแหน่งอื่น ๆ ตาม
ความจำเป็น รวมทั้งมีการระบุการพ้นตำแหน่งโดยหมดวาระการทำงาน ลาออก หรือ กรรมการลง
มติ 3 ใน 4 ให้ลาออก

4. การดำเนินการของคณะกรรมการ เป็นการกล่าวถึงวิธีการดำเนินงานของคณะ
กรรมการในการบริหารชุมชน

5. หน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตามตำแหน่งต่าง ๆ ที่ได้แต่งตั้งไว้

6. ระเบียบการประชุม อภิปราย การลงมติ โดยทั่วไปแล้วจะมีวาระการประชุมอย่างน้อย
1 ครั้งต่อ 1 เดือน กล่าวโดยสรุป วาระหน้าที่ในการดูแลบริหารชุมชนของการเคหะแห่งชาติจะ
แบ่งเป็นการจัดให้มีบริการชุมชน

6.1 บริการขั้นต้น ได้แก่ การให้การศึกษาความรู้ในการบริหารชุมชน สุขอนามัย
พื้นฐานและศาสนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2 บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น

- การดูแลถนนและทางเท้าภายในหมู่บ้าน
- น้ำประปา
- ไฟฟ้าและไฟส่องสว่างตามทางเดิน
- การระบายน้ำเสียและบำบัดน้ำเสีย
- การบริการด้านขนส่ง
- การบริการด้านการสื่อสาร
- การพักผ่อนหย่อนใจ

6.3 การจัดระเบียบทางสังคมในหมู่บ้าน

6.4 การดูแลรักษาผลประโยชน์ภายในหมู่บ้าน ดำเนินการดังนี้ ผู้อยู่อาศัยทั้งหมดภายในหมู่บ้านจะทำการเลือกตั้งกรรมการชุมชน จากนั้นกรรมการจะเลือกประธาน รองประธาน และฝ่ายต่าง ๆ ที่จัดให้มีตามลักษณะของชุมชน ได้แก่ ฝ่ายกิจกรรม พัฒนาชุมชน การเงิน ประชาสัมพันธ์ รักษาความสะอาด รักษาความปลอดภัย โดยมีฝ่ายจัดการทรัพย์สินและเคหะชุมชนคอยให้การช่วยเหลือและให้บริการ โดยที่ผู้บริหารฝ่ายจัดการทรัพย์สินจะเป็นผู้ดูแลฝ่าย

โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

รายละเอียดโครงการ

1. ที่ตั้ง โครงการนวมินทร์ตั้งอยู่ห่างจากถนนนวมินทร์ประมาณ 300 เมตร แขวง คลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230
2. วัตถุประสงค์โครงการ จัดสร้างที่อยู่อาศัยประเภทอาคารเช่าสำหรับผู้มีรายได้น้อยในเมือง (กทม.) ที่ยังไม่มีความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองได้ในอัตราค่าเช่าที่สามารถรับภาระได้ตามแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติปี 2535-2539
3. การใช้ที่ดิน ใช้ที่ดินในการก่อสร้างทั้งหมด 37 ไร่ 3 งาน 94 ตารางวา
4. กรรมสิทธิ์ที่ดิน เป็นของการเคหะแห่งชาติ
5. สาธารณูปโภค-สาธารณูปการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 ถนน โครงการนวมินทร์มีทางเข้าจากถนนนวมินทร์ถึงโครงการได้ 1 ทาง เป็น ถนนคอนกรีตเสริมเหล็กกว้าง 10 เมตร โดยการเคหะแห่งชาติจดทะเบียนเป็นทางภาวะจำยอมให้ แก่บ้านเรือน 2 ฝั่งถนนจำนวน 22 คร้วเรือน

5.2 ไฟฟ้า การไฟฟ้านครหลวง

5.3 ประปา การประปานครหลวง

5.4 ระบบบำบัดน้ำโสโครก บ่อเกราะ บ่อกรอง และบ่อซึม

5.5 ระบบบำบัดน้ำเสีย มีโรงบำบัดน้ำเสียจำนวน 1 โรง .

5.6 การระบายน้ำ มีลำรางสาธารณะ

5.7 โทรศัพท์ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

5.8 การเก็บขยะมูลฝอย สำนักงานเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

6. องค์ประกอบชุมชน เนื่องจากเป็นชุมชนขนาดเล็ก และบริเวณโดยรอบโครงการมี สาธารณูปการต่าง ๆ บริเวณรอบ ๆ อยู่แล้ว เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ธนาคาร ไปรษณีย์ สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น และห้างสรรพสินค้า ซึ่งผู้อยู่อาศัยในชุมชนสามารถเข้าไปใช้บริการ ได้อย่างสะดวก ดังนั้น จึงมิได้จัดเตรียมสาธารณูปการดังกล่าวไว้ในชุมชน

7. วันเริ่มบรรจุผู้อยู่อาศัย พฤศจิกายน พ.ศ. 2540

8. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารชุดพักอาศัย สูง 5 ชั้น ได้ทุนโคงบางส่วน รวม 1,765 หน่วย ประกอบด้วยห้องพักอาศัยเป็นแบบห้องเอนกประสงค์จำนวน 10 หลัง 1,726 หน่วย ขนาด พื้นที่ห้องประมาณ 31 ตารางเมตร อาคารพาณิชย์ 3 ชั้นพร้อมชั้นลอยจำนวน 3 อาคาร รวม 30 หน่วย

8.1 อาคารเช่าหลังที่1-8 อาคารละ 165 หน่วย รวม 1,320 หน่วย

8.2 อาคารเช่าหลังที่9-10 อาคารละ 203 หน่วย รวม 406 หน่วย

| | | | |
|-----------------------------|-------------|---------|-----------|
| 9. อัตราค่าเช่า แพลต 5 ชั้น | ชั้นที่ 5 | 1,900 | บาท/เดือน |
| | ชั้นที่ 4 | 2,000 | บาท/เดือน |
| | ชั้นที่ 3 | 2,100 | บาท/เดือน |
| | ชั้นที่ 1-2 | ~ 2,300 | บาท/เดือน |

10. เงื่อนไขการชำระเงิน

10.1 การชำระค่าเช่า ค่าประปา โดยนำเข้าบัญชี ธนาคารกรุงไทย และระยะเวลาการเช่าสาขาย่อยการเคหะแห่งชาติ ภายในวันที่ 10 ของทุกเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.2 หากล่าช้าต้องเสียค่าปรับในอัตราร้อยละ 2 ต่อเดือนของเงินที่ค้าง หากค้างเกิน 2 เดือนติดต่อกัน การเคหะแห่งชาติจะยกเลิกสิทธิ์เช่า

10.3 ระยะเวลาการทำสัญญาเช่า 3 ปี

10.4 ปรับอัตราเช่าทุก 3 ปี ครั้งละประมาณ 300 บาท

11. คุณสมบัติผู้มีสิทธิ์เช่า เป็นผู้มีสัญชาติไทยและมีบัตรประจำตัวประชาชนมีรายได้ครัวเรือนเดือนละไม่เกิน 11,500 บาทยกเว้นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และต้องไม่เป็นผู้เช่าหรือเช่าซื้อที่ดินหรืออาคารของการเคหะแห่งชาติในเขตบึงกุ่ม

12. การคมนาคม รถเมล์ปรับอากาศสาย 2, 12, 21 รถเมล์สาย 60, 71, 95, 115

13. โครงสร้างการบริหารงานของสำนักงานเคหะชุมชน แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารงานของสำนักงานเคหะชุมชน
ที่มา : (การเคหะแห่งชาติ, 2540 ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประสมทางการตลาดของโครงการเคหะชุมชนนวนรินทร์

ในการจัดทำและดำเนินการโครงการเคหะชุมชนนวนรินทร์นั้น หน่วยงานหลักที่มีส่วนร่วมในการวางแผนการตลาดของโครงการได้แก่ กองวิจัยและวางแผนการตลาดและกองการขาย 2 ฝ่ายการตลาด การเคหะแห่งชาติ ซึ่งได้มีการกำหนดแผนงานและแนวทางของส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย-ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์

โครงการเคหะชุมชนนวนรินทร์เป็นโครงการที่ดำเนินการตามแผนวิสาหกิจฉบับที่ 3 พ.ศ. 2535-2539 ซึ่งได้มีการกำหนดเป้าหมายไว้ตามที่ได้กล่าวไปแล้ว เมื่อหน่วยงานต่าง ๆ ของการเคหะแห่งชาติรับทราบแผนวิสาหกิจดังกล่าวแล้ว จึงได้มีการร่วมมือกันเพื่อผลักดันโครงการต่าง ๆ ให้สำเร็จตามแผน โดยกองวิจัยและวางแผนการตลาดได้ศึกษาแล้วว่าควรจัดทำโครงการในบริเวณถนนนวนรินทร์ เพราะเชื่อว่ามีความต้องการเพียงพอ จึงได้มีการจัดหาที่ดินในการทำที่ตั้งดังกล่าวโดยพิจารณาว่าเป็นทำเลที่เหมาะสม

สำหรับการวางผังโครงการนั้นการเคหะแห่งชาติได้คำนึงถึงมาตรฐานการอยู่อาศัยที่เหมาะสมและเหนือกว่าภาคเอกชนโดยไม่ต้องทำให้แต่ละอาคารตั้งอยู่ใกล้ชิดกันมากเกินไป เพื่อให้มีการระบายอากาศที่ดีและมีแสงสว่างเพียงพอ และจัดให้บริเวณที่โล่งเป็นที่จอดรถและสนาม นอกจากนี้ยังจัดให้มีถนนที่มีผิวการจราจรกว้างขวาง

สำหรับรูปแบบและลักษณะอาคารเป็นไปตามแบบมาตรฐานของการเคหะแห่งชาติ รวมทั้งลักษณะและขนาดของห้องพักก็เป็นไปตามมาตรฐานของการเคหะแห่งชาติ คือมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 31 ตารางเมตรต่อห้องซึ่งมีความเหมาะสมและพื้นที่มากกว่าห้องเช่าของภาคเอกชน ส่วนในด้านการบริหารเคหะชุมชนก็เป็นไปตามนโยบายของการเคหะแห่งชาติ(นิภา รัตนานนท์, 2541)

ราคา

การกำหนดราคาค่าเช่าของโครงการเคหะชุมชนนวนรินทร์นั้นการเคหะแห่งชาติ ได้มีการพิจารณาจากการศึกษาผลตอบแทนการลงทุนในโครงการเพื่อให้สามารถคืนเงินกู้ที่นำมาใช้ในการจัดสร้างโครงการ แต่ทั้งนี้ต้องมีราคาที่ไม่แตกต่างจากห้องเช่าของภาคเอกชนในบริเวณใกล้เคียงมากเกินไป โดยได้มีการสำรวจข้อมูลของห้องเช่าของภาคเอกชน รวมทั้งต้องเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการคือเพื่อตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย และเมื่อสามารถพิจารณาราคาเบื้องต้นได้แล้วจะต้องมีการอนุมัติราคาร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง(นิภา รัตนานนท์, 2541)

การจัดจำหน่าย

การวางแผนการจัดจำหน่ายของโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ได้ดำเนินการตามแผนงานที่จัดทำโดย กองการขาย 2 มีรายละเอียดดังนี้

แผนปฏิบัติงานการจองสิทธิเช่าโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

กำหนดเปิดรับจองสิทธิเช่าในช่วง Direct-presales วันที่ 19-28 สิงหาคม พ.ศ.2540 และเปิดรับจองสิทธิทั่วไปวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ.2540 โดยกำหนดวิธีปฏิบัติงานเปิดรับจองสิทธิเช่าดังนี้

1. การปฏิบัติงานก่อนวันเปิดรับจองสิทธิเช่า

1.1 เตรียมออกจดหมาย (Direct mail) ส่งรายละเอียดอาคารเช่าถึงหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจโครงการที่ได้แสดงความจำนงจำนวน 7,500 ราย

1.2 ส่งรายละเอียดอาคารเช่าให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในการการเคหะแห่งชาติ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้ทราบ

1.3 เตรียมสถานที่และเอกสารในการรับจองสิทธิเช่า เช่น ผังอาคารเช่า แบบจองสิทธิเช่า หนังสือรับรองรายได้ ฯลฯ

1.4 จัดหาพนักงานบริการงานเช่าจำนวน 4 คน ระยะเวลา 3 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2540-31 ตุลาคม พ.ศ.2540 อัตราค่าจ้าง 250 บาท/วัน/คน เพื่อประชาสัมพันธ์และแจกเอกสารการเปิดรับจองสิทธิเช่ากับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

2. จำนวนที่ให้สิทธิในเบื้องต้น

2.1 อาคารเช่าพักอาศัย จำนวน 1,726 หน่วยดังนี้

2.1.1 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 390 หน่วย

2.1.2 ผู้ประกอบการ 390 หน่วย

2.1.3 ผู้ประกันตน 174 หน่วย

2.1.4 ผู้มีอุปการะคุณและกิจการการเคหะแห่งชาติ 172 หน่วย

2.1.5 ประชาชนทั่วไป 600 หน่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 อาคารพาณิชย์ จำนวน 30 หน่วย ให้สิทธิประชาชนทั่วไป จำนวน 30 หน่วย

3. วัน เวลา และสถานที่รับจองอาคารเช่า

3.1 เปิดรับจองสิทธิเช่าในช่วง Direct-presales วันที่ 19- 28 สิงหาคม 2540 โดยวิธี "จองก่อนได้เลือกห้องก่อน" ให้สิทธิแก่ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกันตน ผู้ประกอบการ ผู้มีอุปการะคุณ และกิจการการเคหะแห่งชาติ จำนวน 60% และเมื่อครบกำหนดการเปิดรับจองอาคารเช่าในช่วงเวลาดังกล่าวแล้วมีผู้มาใช้สิทธิไม่เต็มจำนวนจะนำอาคารส่วนที่เหลือมาเปิดให้จองสิทธิเช่าในวันเปิดรับจองสิทธิทั่วไป โดยเรียกเก็บเงินจองสิทธิเช่าเท่ากับอัตราค่าเช่า 1 เดือน ของอาคารแต่ละชั้น ซึ่งจะโอนไปเป็นเงินค่าเช่าเดือนแรกที่มีการเคหะแห่งชาติส่งมอบอาคารให้เข้าอยู่อาศัย

3.2 เปิดรับจองทั่วไปวันที่ 30 สิงหาคม 2540

3.2.1 อาคารแฟลตพักอาศัย

3.2.2 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น

โดยวิธี "จองก่อนได้สิทธิเลือกห้องก่อน" หากมีผู้ยื่นจองสิทธิเช่ามากกว่าจำนวนหน่วยที่การเคหะแห่งชาติเปิดให้จองก่อนเวลา 8.30 น. ใช้วิธี "จับสลากได้สิทธิเลือกห้องก่อน" สำหรับอาคารพาณิชย์ จะเรียกเก็บเงินจองสิทธิเช่าจำนวน 100,000 บาท เท่ากับเงินค่าธรรมเนียมได้สิทธิชำระล่วงหน้างวดที่ 1 ซึ่งจะโอนไปเป็นเงินค่าธรรมเนียมการได้สิทธิงวดที่ 1 ในเดือนแรกที่มีการเคหะแห่งชาติส่งมอบอาคารให้เข้าอยู่อาศัย

3.3 กำหนดเปิดรับจองสิทธิเช่า ณ สำนักงานที่ตั้งโครงการถนนนวมินทร์ แขวง คลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดของโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ มุ่งเน้นไปในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามแผนงานที่ กองการโฆษณา ฝ่ายการตลาดเป็นผู้ดำเนินการซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แผนปฏิบัติงานโฆษณาและส่งเสริมการขายโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

1. สำรวจโครงการเพื่อจัดทำแผนการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์โครงการเบื้องต้น

1.1 ระยะเวลาดำเนินการ 1-20 กรกฎาคม 2540

1.2 กิจกรรม

- ศึกษารายละเอียดโครงการ
- สำรวจเส้นทางรอบบริเวณโครงการ
- สืบราคาจ้างเหมางานโฆษณา
- กำหนดจุดติดตั้งสื่อโฆษณา
- ประสานงานผู้รับจ้าง
- ผลิตประกาศการตลาด, โบรชัวร์
- ติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์โครงการเบื้องต้นที่หน้าโครงการ (A1)
- ผลิตแผ่นพับ 2 สี
- จัดทำศูนย์บริการลูกค้า บริเวณตึกแดง

2. ดำเนินการโฆษณาก่อนการเปิดจองและช่วงเปิดจอง

2.1 ระยะเวลาดำเนินการ 21-30 กรกฎาคม 2540

2.2 กิจกรรม

- ขออนุมัติสิ่งจ้างและออกแบบชิ้นงานโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา บ้านตัวอย่าง นิทรรศการ สำนักงานขาย ฯลฯ
- ควบคุมการติดตั้ง ป้ายโฆษณา ธงทิว นิทรรศการ บ้านตัวอย่าง สำนักงานขาย ฯลฯ
- ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์

3. ดำเนินการโฆษณาในช่วงรณรงค์หลังการเปิดจอง

3.1 ระยะเวลาดำเนินการ ตามแผนรณรงค์ของกองสัญญา

3.3 กิจกรรม

- ลงโฆษณาเป็นช่วง ๆ โดยใช้สื่อต่าง ๆ เป็นตัวกระตุ้น เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ป้าย ฯลฯ
- ออกบูธตามห้างสรรพสินค้าในบริเวณใกล้เคียงโครงการ เช่น แฟชั่นไอซ์แลนด์ เดอะมอลล์บางกะปิ เซ็นทรัลรามอินทรา ฯลฯ
- จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเสริมคุณค่าในโครงการ

4. ประเภทสื่อโฆษณา

4.1 สื่อสิ่งพิมพ์

- แผ่นพับ 2 สี จำนวน 10,000 ชุด
- โบประกาศการตลาด จำนวน 5,000 ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

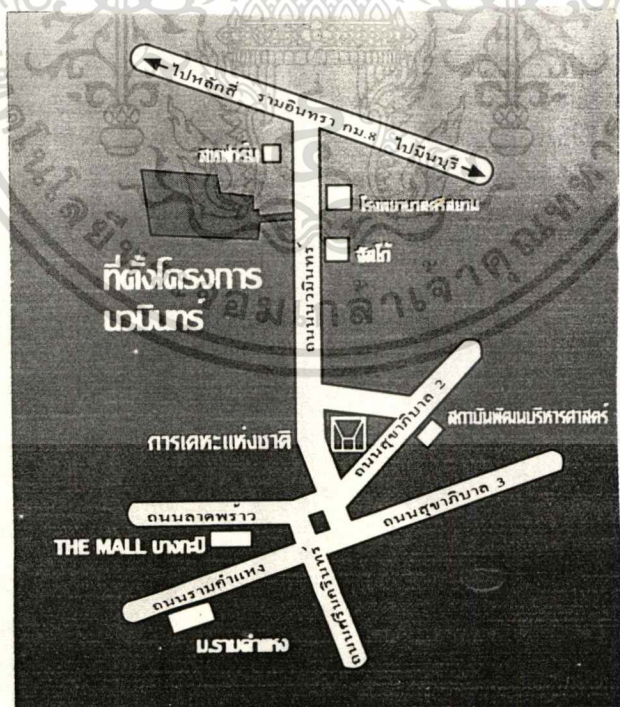
- หนังสือพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ ลงวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ.2540
หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ ลงวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ.2540 และ หนังสือพิมพ์ ข่าวสด ลงวันที่ 25
สิงหาคม พ.ศ.2540

4.2 สื่อนอกสถานที่

- ป้ายตามแยกถนนหลัก ขนาด 3.6x4.8 ม. จำนวน 2 ชุด
- ป้ายตามถนน ขนาด 1.2x2.4 ม. จำนวน 60 ชุด
- ป้ายผ้าติดรั้วหน่วยงาน ขนาด 0.9x4.0 ม. จำนวน 40 ชุด
- ป้ายไม้อัดติดตามเสาไฟฟ้า ขนาด 0.6x1.2 ม. จำนวน 200 ชุด
- ภาพบอร์ดติดตามหน่วยงาน ขนาด 0.8x1.1 ม. จำนวน 10 ชุด
- ป้ายผ้าคาดตึก ขนาด 10x15 ม. จำนวน 3 ชุด

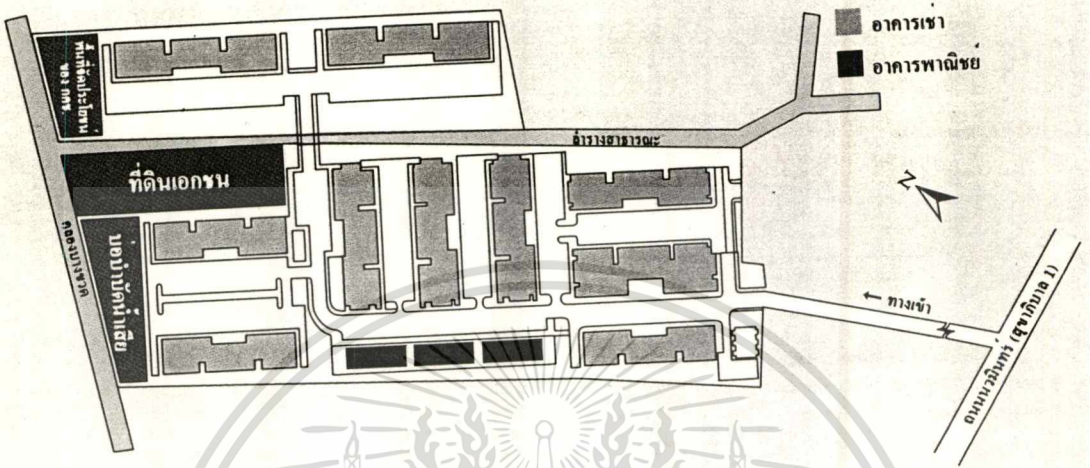
4.3 สื่อ ณ จุดขาย

- ธงทิว สูง 2 ม. จำนวน 70 ต้น
- ห้องตัวอย่าง
- นิทรรศการ ณ สำนักงานขาย

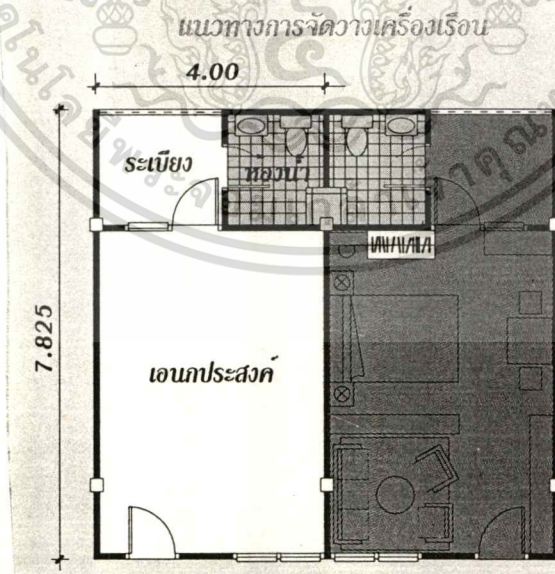


ภาพที่ 3 แผนที่ที่ตั้งโครงการเคหะชุมชนนวนินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

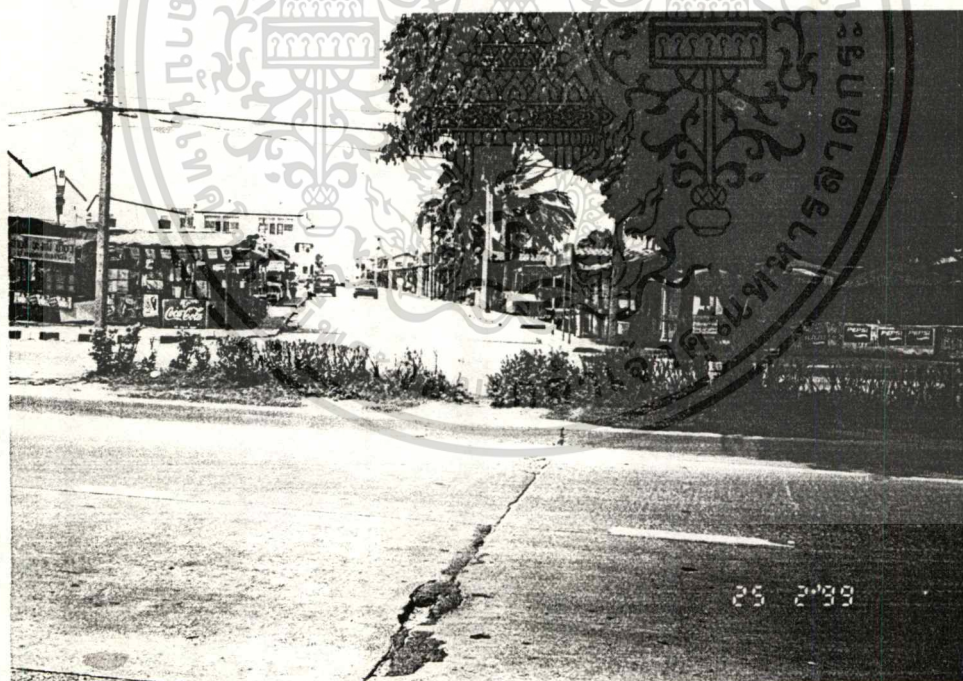
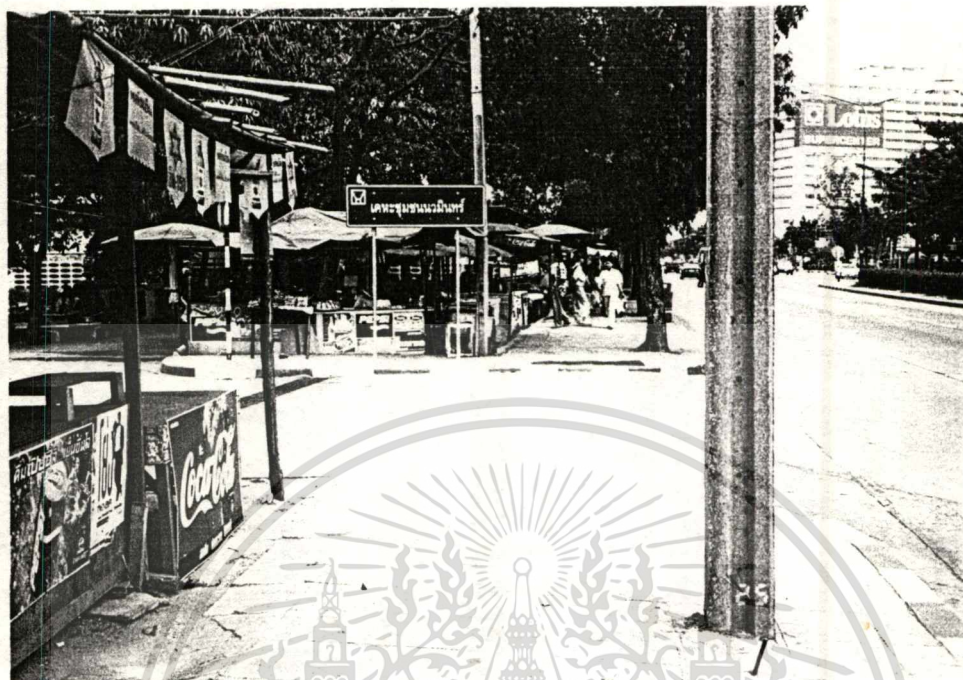


ภาพที่ 4 ผังโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์



ภาพที่ 5 แปลนพื้นที่ห้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 ทางเข้าโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

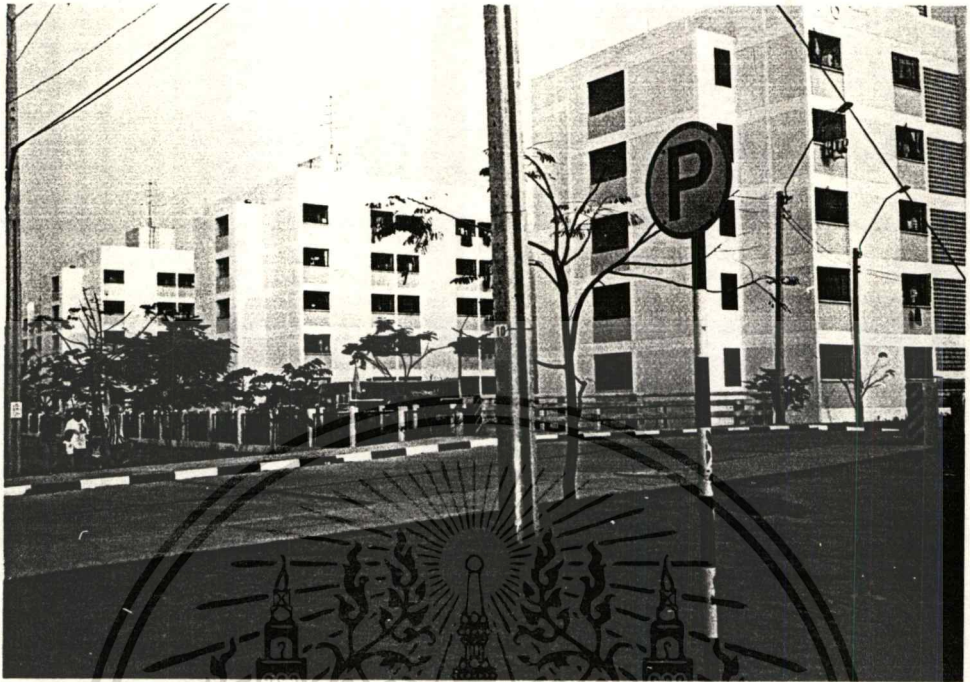


ภาพที่ 7 ถนนนวมินทร์ บริเวณทางเข้าโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

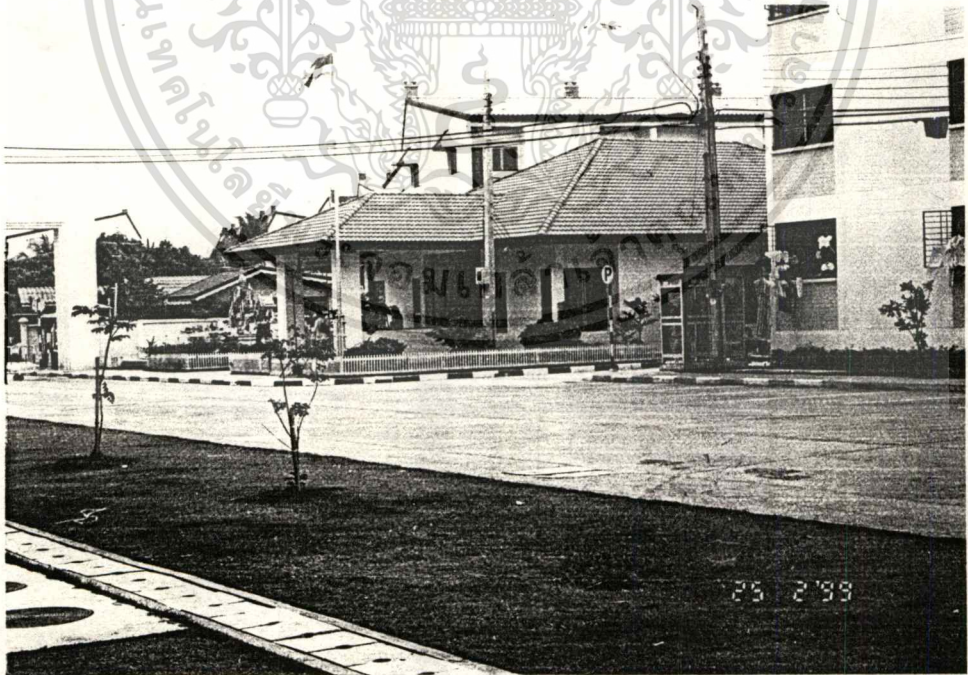


ภาพที่ 8 ด้านหน้าโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สูงงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

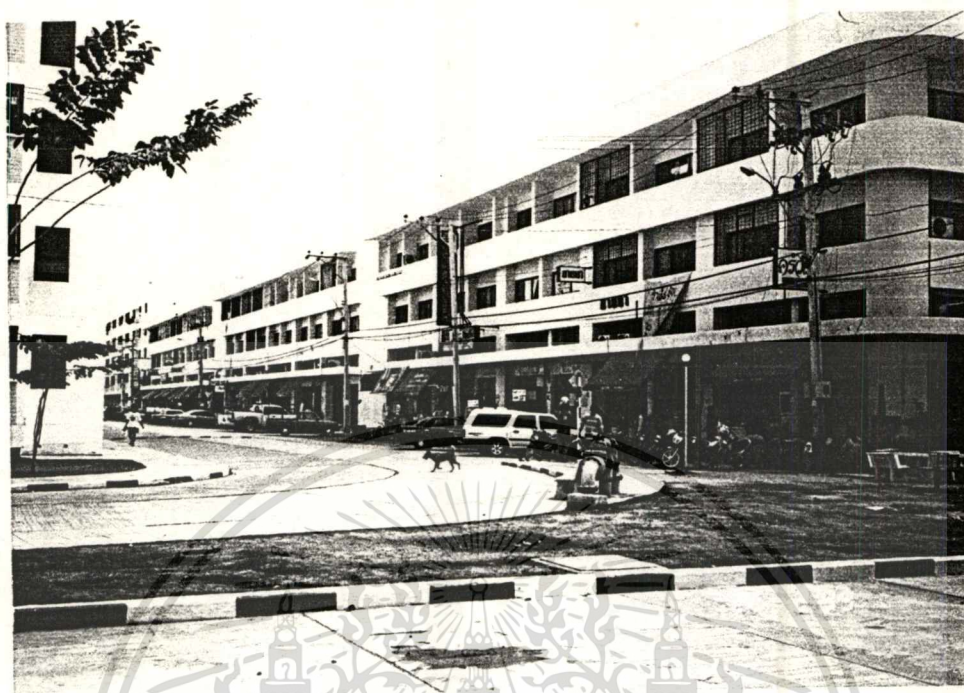


ภาพที่ 9 ภายในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์



ภาพที่ 10 สำนักงานเคหะชุมชนนวมินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

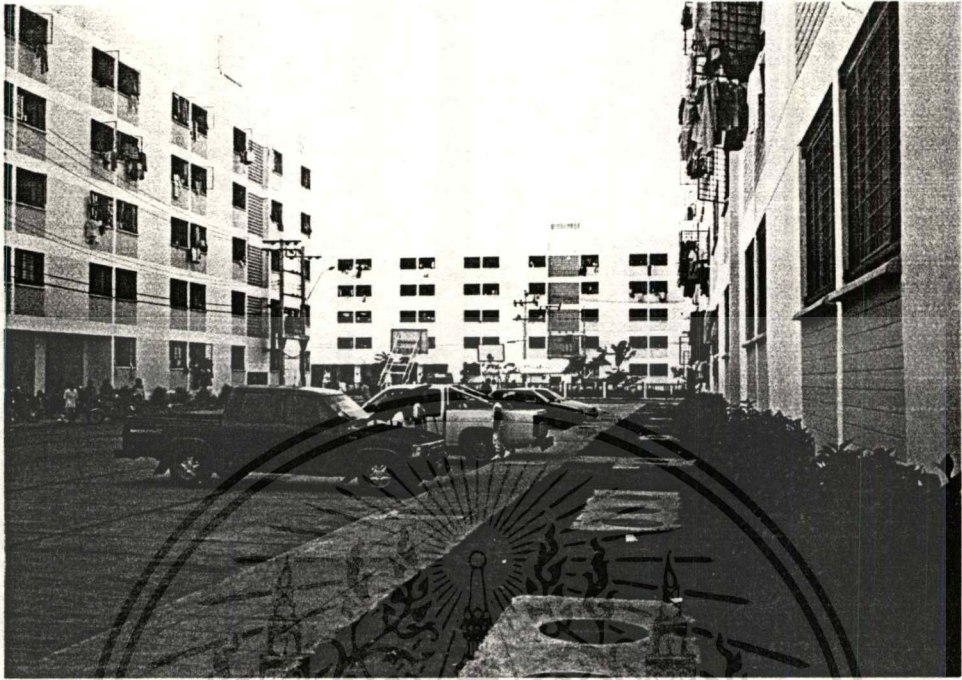


ภาพที่ 11 ลักษณะอาคารพาณิชย์ในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

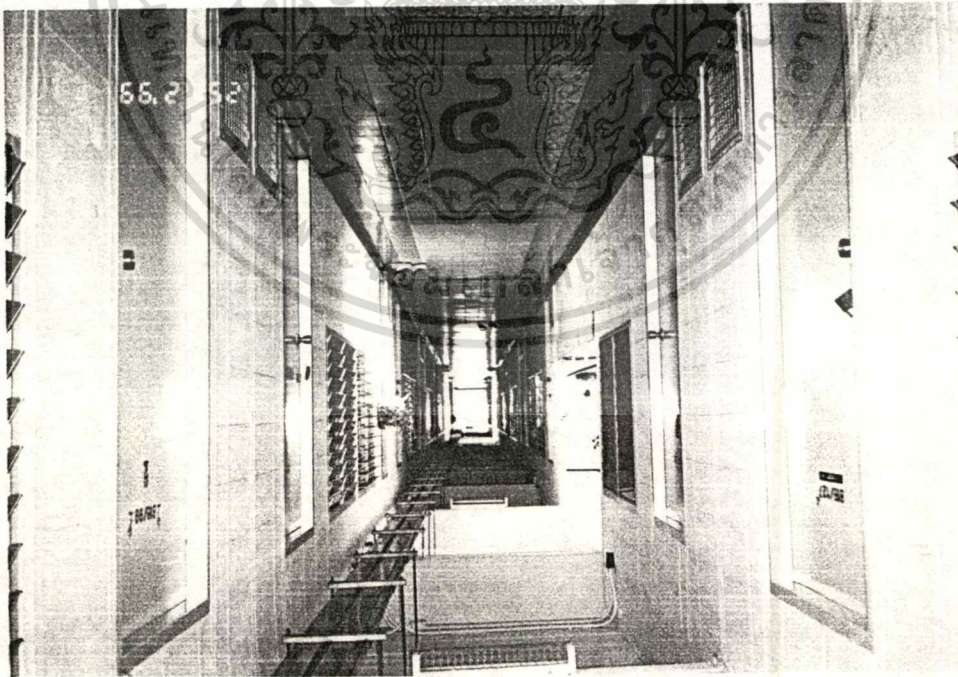


ภาพที่ 12 ลักษณะอาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์



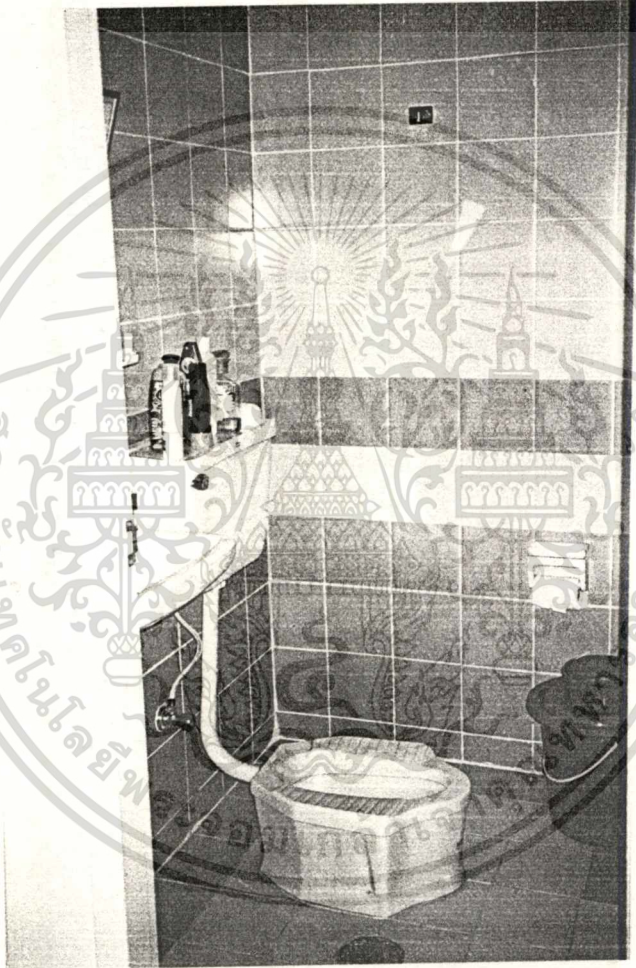
ภาพที่ 14 ทางเดินในอาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



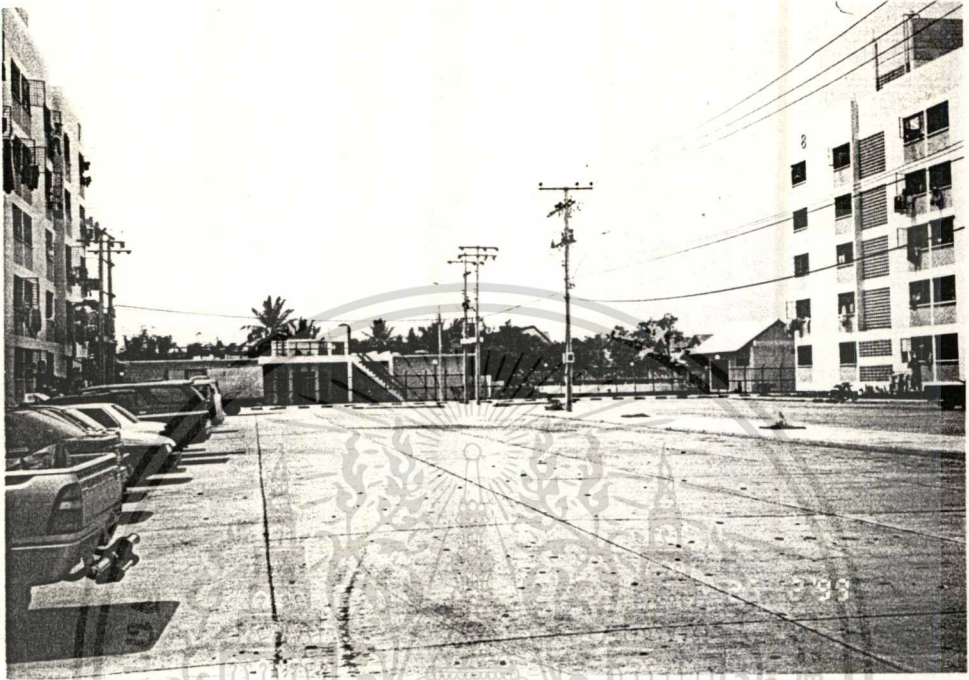
ภาพที่ 15 ลักษณะภายในห้องพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 16 ลักษณะภายในห้องน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 ระบบบำบัดน้ำเสีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในโครงการประชุมชนนวมินทร์ โดยแบบสอบถามจำนวน 325 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี มีเพียงบางส่วนที่ไม่ยินยอมตอบคำถามบางคำถามหรือตอบไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในคำถามที่มีลักษณะปลายเปิด เช่น อายุ รายได้ ชั้นที่ยากเลือก ทำให้มี Missing Data ในการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์มากจำนวน 5 ตัวอย่าง เหลือแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 320 ตัวอย่าง การนำเสนอในบทนี้ประกอบไปด้วยส่วนบรรยายและส่วนที่แสดงผลข้อมูลในตาราง การแสดงตารางได้มีการใช้สัญลักษณ์เพื่อความเหมาะสมดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แสดงในการศึกษา

\bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ยหรือค่ามัธยฐานเลขคณิต(Mean)

S.D. หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

F หมายถึง ค่า F Ratio ของ f – test

Sig หมายถึง ค่านัยสำคัญทางสถิติ

* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

มีผลของการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ผลดังจะได้กล่าวต่อไป

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

พบว่ากลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย คือ เพศชายมีจำนวนร้อยละ 53.75 และเพศหญิงมีจำนวนร้อยละ 46.25 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|------|-----------|--------|
| ชาย | 172 | 53.75 |
| หญิง | 148 | 46.25 |
| รวม | 320 | 100.00 |

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

สำหรับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่งมีอายุระหว่าง 25-34 ปี คือ มีจำนวนร้อยละ 57.6 อายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากับ 30.95 ปีหรือประมาณ 31 ปี แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ตัดสินใจเข้าในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ โดยส่วนใหญ่เป็นคนวัยหนุ่มสาวที่เพิ่งทำงานในช่วงต้น ๆ กำลังสร้างตัว (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ(ปี) 1/ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------|-----------|--------|
| ต่ำกว่า 20 | 10 | 3.24 |
| 20-24 | 49 | 15.86 |
| 25-29 | 86 | 27.83 |
| 30-34 | 92 | 29.77 |
| 35-39 | 25 | 8.09 |
| 40-44 | 27 | 8.74 |
| 45-49 | 10 | 3.24 |
| 50 ขึ้นไป | 10 | 3.24 |
| รวม 2/ | 309 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ อายุเฉลี่ย 30.95 ปี

2/ เกิด Missing Data 11 ตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

ส่วนในด้านสถานภาพสมรสนั้น มีสถานะเป็นโสดมากที่สุดร้อยละ 52.81 รองลงไม่มีสถานะสมสร้อยละ 42.19 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพสมรส | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------|-----------|--------|
| โสด | 169 | 52.81 |
| สมรส | 135 | 42.19 |
| หย่า | 4 | 1.25 |
| ม่าย | 7 | 2.19 |
| แยกกันอยู่ | 5 | 1.56 |
| รวม | 320 | 100.00 |

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

สำหรับอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนั้นจะประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 33.75 รองลงไปประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 20.0% เป็นนักศึกษา ร้อยละ 12.81 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10.31 ว่างงานหรือรองาน ร้อยละ 9.38 รับราชการ ร้อยละ 7.19 แม่บ้าน ร้อยละ 4.69 และอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ ลูกจ้างชั่วคราวของราชการและรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 1.88 ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ในด้านของระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีผู้จบปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 37.19 รองลงไปจบในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 25.31 และจบการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ร้อยละ 20.31 (ตารางที่ 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--------------------------|-----------|--------|
| รับราชการ | 23 | 7.19 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 33 | 10.31 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 108 | 33.75 |
| ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ | 64 | 20.00 |
| ว่างงาน/รองาน | 30 | 9.38 |
| นักศึกษา | 41 | 12.81 |
| แม่บ้าน | 15 | 4.69 |
| อื่นๆ 1/ | 6 | 1.88 |
| รวม | 320 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ ได้แก่ ลูกจ้างชั่วคราวของราชการและรัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 11 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระดับการศึกษาสูงสุด | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------|-----------|--------|
| มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า | 51 | 15.94 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | 81 | 25.31 |
| อนุปริญญา / ปวส. | 65 | 20.31 |
| ปริญญาตรี | 119 | 37.19 |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 4 | 1.25 |
| รวม | 320 | 100.00 |

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ครัวเรือนอยู่ในช่วง 5,000-14,999 บาทต่อเดือน จำนวนร้อยละ 51.00 หรือประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 13,996.07บาทหรือประมาณ 14,000 บาท ซึ่งสูงกว่าข้อกำหนดของการ
คณะแห่งชาติที่กำหนดว่าผู้เข้าต้องมีรายได้ครัวเรือนไม่เกินว่า 11,500 บาทต่อเดือน (ตารางที่12)

ตารางที่ 12 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครัวเรือน

| รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน(บาท) 1/ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|-----------|--------|
| ต่ำกว่า 5,000 | 12 | 4.00 |
| 5,000-9,999 | 83 | 27.67 |
| 10,000-14,999 | 70 | 23.33 |
| 15,000-19,999 | 55 | 18.33 |
| 20,000-24,999 | 44 | 14.67 |
| 25,000ขึ้นไป | 36 | 12.00 |
| รวม 2/ | 300 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ รายได้ครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ย 13,996.07 บาท

2/ เกิด Missing Data 20 ตัวอย่าง

ลักษณะการอยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนผู้อาศัย

สำหรับการอยู่อาศัยในห้องพักในโครงการคณะชุมชนนวมินทร์ ส่วนใหญ่พักอาศัยห้อง
ละ 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 74.69 โดยเฉลี่ยแล้วห้องพักห้องหนึ่งจะมีผู้พักอาศัย 2.66 คน (ตาราง
ที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 จำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพัก

| จำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพัก(คน) 1/ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-----------|--------|
| 1 | 23 | 7.19 |
| 2 | 143 | 44.69 |
| 3 | 96 | 30.00 |
| 4 | 38 | 11.88 |
| 5 | 19 | 5.94 |
| 6 | 1 | 0.31 |
| รวม | 320 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ จำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพักเฉลี่ย 2.66 คน

ระยะเวลาการอยู่อาศัย

ส่วนใหญ่พักอาศัยในห้องพักนี้หรือในโครงการนี้เป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 74.07 ส่วนที่อยู่อาศัยมาไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.93 แสดงว่าส่วนใหญ่อยู่อาศัยมาตั้งแต่ตอนที่การเคหะแห่งชาติเริ่มบรรจุคนเข้าอยู่อาศัย คือในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2540 – เดือนมกราคม พ.ศ.2541 และโดยเฉลี่ยอยู่อาศัยมานาน 11.18 เดือน (ตารางที่ 14)

ลักษณะการเช่า

โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเช่าห้องพักเป็นมือแรกจากการเคหะแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงไปเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เช่าห้องพักโดยซื้อสิทธิ์จากผู้เช่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 21.38 สุดท้ายเป็นผู้ที่เช่าห้องจากการเคหะแห่งชาติแต่เป็นห้องที่การเคหะแห่งชาติ ได้ยึดมาหรือมีผู้คืนห้องจำนวนร้อยละ 9.12 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 14 ระยะเวลาการอยู่อาศัย

| ระยะเวลาการอยู่อาศัย(เดือน) 1/ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|-----------|--------|
| 1 | 8 | 2.50 |
| 2 | 9 | 2.81 |
| 3 | 7 | 2.19 |
| 4 | 1 | 0.31 |
| 5 | 10 | 3.13 |
| 6 | 11 | 3.44 |
| 7 | 12 | 3.75 |
| 8 | 9 | 2.81 |
| 9 | 5 | 1.56 |
| 10 | 3 | 0.94 |
| 11 | 8 | 2.50 |
| 12 | 86 | 26.88 |
| 13 | 54 | 16.88 |
| 14 | 97 | 30.31 |
| รวม | 320 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ ระยะเวลาการอยู่อาศัยเฉลี่ย 11.18 เดือน

วัตถุประสงค์ของการเช่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุว่าการมาเช่าห้องพักในโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นที่พักอาศัยหลัก (ประจำ) ถึงร้อยละ 89.69 ใช้เป็นที่พักอาศัยรองหรือมาพักอาศัยเป็นครั้งคราวร้อยละ 9.38 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 15 ลักษณะการเช่าของกลุ่มตัวอย่าง

| ลักษณะการเช่า | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| เช่าเป็นมือแรกจากการเคหะฯ | 221 | 69.50 |
| เช่าห้องที่ได้ยกเลิกสัญญากับการเคหะฯ(ยึดหรือคืนห้อง) | 29 | 9.12 |
| เช่าโดยซื้อสิทธิ์จากผู้เช่าเดิม | 68 | 21.38 |
| รวม 1/ | 318 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ เกิด Missing Data 2 ตัวอย่าง

ตารางที่ 16 วัตถุประสงค์ของการเช่าของกลุ่มตัวอย่าง

| วัตถุประสงค์ของการเช่า | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|-----------|--------|
| เป็นที่อยู่อาศัยหลักหรืออยู่อาศัยเป็นประจำ | 287 | 89.69 |
| เป็นที่อยู่อาศัยรองหรืออยู่อาศัยเป็นครั้งคราว | 30 | 9.38 |
| ใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น | 3 | 0.94 |
| รวม | 320 | 100.00 |

ระยะเวลาที่จะอยู่อาศัย

โดยส่วนใหญ่ระบุอีกด้วยว่ายังไม่ได้มีการคาดการณ์ถึงระยะเวลาที่จะพักอาศัยต่อไปในโครงการนี้ โดยคิดเป็นร้อยละ 87.50 ส่วนที่ระบุระยะเวลาที่มีจำนวนร้อยละ 12.50 ซึ่งระบุระยะเวลาที่จะอยู่อาศัยโดยเฉลี่ยเท่ากับ 10.25 ปี (ตารางที่ 17)

การเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องเดินทางไปทำงานหรือศึกษาภายนอกคิดเป็นร้อยละ 79.06 โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 60.87 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถรับจ้างต่าง ๆ เช่น รถโดยสารประจำทางเป็นพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 68.55 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะร้อยละ 16.98 และใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะร้อยละ 12.89 (ตารางที่ 18 ตารางที่ 19 และตารางที่ 20)

ตารางที่ 17 ระยะเวลาที่จะอยู่อาศัย

| ระยะเวลาที่จะอยู่อาศัย(ปี) 1/ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-----------|--------|
| 1 | 7 | 2.19 |
| 2 | 2 | 0.63 |
| 3 | 7 | 2.19 |
| 5 | 11 | 3.44 |
| 9 | 2 | 0.63 |
| 10 | 7 | 2.19 |
| 30 | 4 | 1.25 |
| ยังไม่ได้คาดการณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ | 280 | 87.50 |
| รวม | 320 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ ระยะเวลาที่จะอยู่อาศัยเฉลี่ย 10.25 ปี

ตารางที่ 18 ลักษณะการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง

| การเดินทาง | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| ต้องเดินทางทำงาน(ศึกษา)ข้างนอก | 253 | 79.06 |
| ไม่ได้ไปทำงาน(ศึกษา)ข้างนอกหรือทำงานอยู่ที่ห้องนี้ | 67 | 20.94 |
| รวม | 320 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ระยะเวลาการเดินทาง

| ระยะเวลาเดินทาง | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--------------------|-----------|--------|
| 60 นาทีหรือต่ำกว่า | 154 | 60.87 |
| 61-120 นาที | 88 | 34.78 |
| มากกว่า 120 นาที | 11 | 4.35 |
| รวม | 253 | 100.00 |

ตารางที่ 20 ลักษณะพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างใช้

| พาหนะ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| รถยนต์ส่วนตัว | 54 | 16.98 |
| รถจักรยานยนต์ส่วนตัว | 41 | 12.89 |
| รถรับจ้างต่าง ๆ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์รับจ้าง | 218 | 68.55 |
| อื่น ๆ 1/ | 5 | 1.57 |
| รวม 2/ | 318 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ ได้แก่ รถจักรยาน

2/ เกิด Missing Data 2 ตัวอย่าง

ลักษณะของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุว่าในการมาเข้าในโครงการนี้ทราบข่าวหรือข้อมูลจากบุคคล เช่น ญาติ เพื่อน คนรู้จัก จำนวนร้อยละ 56.25 รองลงไปทราบข่าวจากป้ายโฆษณาร้อยละ 17.19 และจากเจ้าหน้าที่ของการเคหะแห่งชาติ ร้อยละ 13.13 ตามลำดับ รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 21 หากพิจารณาตามการเข้าพบว่าผู้เข้าที่เข้าเป็นมือแรกจากการเคหะแห่งชาติมีส่วนของการทราบข้อมูลจากบุคคลน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยคงเหลือร้อยละ 45.7 มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในการทราบจากสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ป้ายโฆษณามีสัดส่วนเป็นร้อยละ 22.6 แผ่นพับใบปลิวต่าง ๆ มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 5.9 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นร้อยละ 5.0 (ตารางที่ 22)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่ภายนอก

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกชั้นที่อยู่อาศัย

ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นในกรณีที่ถามถึงการเลือกชั้นที่พักอาศัยว่า ถ้ามีโอกาสเลือกอีกจะเลือกพักที่ชั้นใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกพักในชั้นที่ 2 มากที่สุดร้อยละ 30.46 รองลงไปเป็นชั้นที่ 1 ร้อยละ 28.48 ชั้นที่ 3 ร้อยละ 24.50 ชั้นที่ 5 ร้อยละ 9.27 และชั้นที่ 4 ร้อยละ 7.28 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์กับชั้นที่อยู่อาศัยปัจจุบันพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่พักอาศัยอยู่ชั้นใดก็จะขอเลือกพักในชั้นที่ตนเองอยู่ในปัจจุบันมากกว่าชั้นอื่น ยกเว้นผู้ที่พักอาศัยอยู่ชั้นที่ 4 จะเลือกขอยู่ในชั้น 2 มากกว่า และผู้ที่อยู่อาศัยในชั้นที่ 1 และ 2 จะไม่ขอเลือกไปพักอาศัยอยู่ที่ชั้น 4 และ 5 เลย แม้แต่คนเดียว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการหรืออุปสงค์ของการเลือกชั้นที่จะพักอาศัยว่า ส่วนใหญ่นิยมชั้นที่ต่ำ เช่น ชั้น 1 หรือ 2 ในกรณีของอาคารพักอาศัยที่ไม่มีลิฟท์ (ตารางที่ 23 ตารางที่ 24 และ ตารางที่ 25)

ตารางที่ 21 สื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ

| สื่อ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ | 11 | 3.44 |
| ป้ายโฆษณา | 55 | 17.19 |
| แผ่นพับ, ใบประกาศ | 14 | 4.38 |
| จดหมายของการเคหะแห่งชาติ | 3 | 0.94 |
| เจ้าหน้าที่การเคหะแห่งชาติ | 42 | 13.13 |
| บุคคลเช่น ญาติ, เพื่อน, คนรู้จัก | 180 | 56.25 |
| นิทรรศการของการเคหะแห่งชาติ | 3 | 0.94 |
| ข้อมูลในรูปแบบข่าวจากสื่อเช่น หนังสือพิมพ์ | 9 | 2.81 |
| อื่น ๆ 1/ | 3 | 0.94 |
| รวม | 320 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ ได้แก่ เอกสารในรูปแบบของรายงานของการเคหะแห่งชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ชั้นที่กลุ่มตัวอย่างพักอาศัย

| พักอาศัยอยู่ที่ชั้น | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---------------------|-----------|--------|
| ชั้นที่1 | 53 | 16.56 |
| ชั้นที่2 | 65 | 20.31 |
| ชั้นที่3 | 66 | 20.63 |
| ชั้นที่4 | 73 | 22.81 |
| ชั้นที่5 | 63 | 19.69 |
| รวม | 320 | 100.00 |

ตารางที่ 24 ชั้นที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอยากพักอาศัย

| เลือกอยากพักที่ชั้น | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---------------------|-----------|--------|
| ชั้นที่1 | 86 | 28.48 |
| ชั้นที่2 | 92 | 30.46 |
| ชั้นที่3 | 74 | 24.50 |
| ชั้นที่4 | 22 | 7.28 |
| ชั้นที่5 | 28 | 9.27 |
| รวม 1/ | 302 | 100.00 |

หมายเหตุ 1/ เกิดMissing Data 18 ตัวอย่าง

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ของชั้นที่อยู่กับการเลือกชั้น

| ชั้นที่อยู่ | เลือกชั้น 1/ | | | | | รวม |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | 44 (83.0) | 6 (11.3) | 3 (5.7) | 0 (0) | 0 (0) | 53 (100) |
| 2 | 14 (23.7) | 44 (74.6) | 1 (1.7) | 0 (0) | 0 (0) | 59 (100) |
| 3 | 8 (12.9) | 11 (17.7) | 36 (58.1) | 1 (1.6) | 6 (9.7) | 62 (100) |
| 4 | 9 (13.0) | 22 (31.9) | 16 (23.2) | 20 (29.0) | 2 (2.9) | 69 (100) |
| 5 | 11 (18.6) | 9 (15.3) | 18 (30.5) | 1 (1.7) | 20 (33.9) | 59 (100) |
| รวม | 86 (28.5) | 92 (30.5) | 74 (24.5) | 22 (7.3) | 28 (9.3) | 302 (100) |

หมายเหตุ 1/ ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละ

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการ เคหะชุมชนนวมินทร์

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พบว่า ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการคมนาคม และสภาพแวดล้อมของโครงการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจน้อยที่สุด ได้แก่ การโฆษณาของโครงการ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของโครงการ และการให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขายตามลำดับ สำหรับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่ออิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดของโครงการในการเข้าพักอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์สามารถจำแนกได้ตามตารางที่ 26 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ($3.41 \leq \bar{X} \leq 4.20$) ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการคมนาคม สภาพแวดล้อมของโครงการ ราคาเช่าต่อเดือน ลักษณะ/รูปแบบ และขนาดโครงการ การวางผังโครงการ ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ ขนาดและรูปแบบห้องพัก ขนาดและรูปแบบห้องน้ำ เงื่อนไขค่าประกันและค่าเช่าล่วงหน้า สาธารณูปโภคในโครงการ ลักษณะ/รูปแบบและขนาดอาคาร และที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์

ความสำคัญในระดับปานกลาง ($2.61 \leq \bar{X} \leq 3.40$) ได้แก่ วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ วัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก ลักษณะเงื่อนไขสัญญาเช่า ความสะดวกในการติดต่อเช่า การบริหารโครงการ/ชุมชนหลังการขาย การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ และการโฆษณาของโครงการ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเช่าพักอาศัยในโครงการ เคหะชุมชนนวมินทร์

พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรายการที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการคมนาคม แสงสว่างในห้องพัก และสภาพแวดล้อมของโครงการ ตามลำดับ ส่วนรายการที่ผู้บริโภคพึงพอใจน้อยที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ การเคหะแห่งชาติ ค่าใช้จ่ายและความสะดวกของบริการซ่อมบำรุง และการดูแลแก้ปัญหาต่าง ๆ ของการเคหะแห่งชาติ ตามลำดับ สำหรับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเช่าพักอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์สามารถจำแนกได้ตามตารางที่ 27 ดังนี้

ความพึงพอใจในระดับมาก ($3.41 \leq \bar{X} \leq 4.20$) ได้แก่ ความสะดวกในการคมนาคม แสงสว่างในห้องพัก สภาพแวดล้อมของโครงการ การวางผังโครงการ รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ ขนาด/รูปแบบห้องพัก และโทรศัพท์สาธารณะ

รายการที่ผู้บริโภคพึงพอใจในระดับปานกลาง ($2.61 \leq \bar{X} \leq 3.40$) ได้แก่ ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นในอาคาร ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ ความสะดวกในการชำระค่าเช่า สาธารณูปโภคในโครงการ การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง เสียง/ความเงียบสงบ การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ ราคาเช่าต่อเดือน สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน การดูแลและความสะอาด ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย การซ่อมบำรุงรักษา

อาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง การดูแลแก้ปัญหาต่าง ๆ ของการเคหะแห่งชาติ ค่าใช้จ่ายและความสะดวกของบริการซ่อมบำรุง และการให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะแห่งชาติ

ตารางที่ 26 ทักษะคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด

| รายการ | ระดับทัศนคติ(ร้อยละ) | | | | | \bar{X} | S.D. |
|--------------------------------------|----------------------|------|---------|------|------------|-----------|-------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 29.1 | 45.9 | 23.4 | 1.6 | 0.0 | 4.025 | 0.767 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 30.6 | 42.2 | 23.8 | 2.5 | 0.9 | 3.991 | 0.855 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 27.5 | 43.4 | 22.8 | 4.1 | 2.2 | 3.900 | 0.925 |
| ราคาเช่าต่อเดือน | 27.8 | 33.4 | 29.7 | 5.9 | 3.1 | 3.769 | 1.022 |
| ลักษณะ/รูปแบบและขนาดโครงการ | 12.2 | 45.6 | 38.4 | 2.8 | 0.9 | 3.653 | 0.765 |
| การวางผังโครงการ | 13.4 | 40.3 | 41.6 | 4.7 | 0.0 | 3.625 | 0.774 |
| ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ | 24.1 | 29.7 | 35.3 | 6.3 | 4.7 | 3.622 | 1.061 |
| ขนาดและรูปแบบห้องพัก | 16.9 | 36.6 | 38.8 | 7.2 | 0.6 | 3.619 | 0.870 |
| ขนาดและรูปแบบห้องน้ำ | 16.3 | 31.3 | 47.8 | 4.1 | 0.6 | 3.584 | 0.830 |
| เงื่อนไขค่าประกันและค่าเช่าล่วงหน้า | 19.1 | 32.5 | 38.4 | 6.6 | 3.4 | 3.572 | 0.983 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 17.5 | 34.7 | 36.6 | 8.4 | 2.8 | 3.556 | 0.968 |
| ลักษณะ/รูปแบบและขนาดอาคาร | 10.9 | 40.6 | 41.6 | 5.6 | 1.3 | 3.544 | 0.810 |
| ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ | 15.6 | 36.3 | 33.8 | 11.6 | 2.8 | 3.503 | 0.983 |
| วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 10.3 | 30.6 | 47.5 | 10.3 | 1.3 | 3.384 | 0.852 |
| วัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก | 11.6 | 28.8 | 45.0 | 11.9 | 2.8 | 3.344 | 0.931 |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาเช่า | 15.9 | 21.6 | 45.3 | 11.6 | 5.6 | 3.306 | 1.050 |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 11.6 | 25.6 | 45.6 | 12.5 | 4.7 | 3.269 | 0.981 |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 13.1 | 22.5 | 37.5 | 22.2 | 4.7 | 3.172 | 1.065 |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 8.8 | 16.9 | 45.9 | 20.9 | 7.5 | 2.984 | 1.015 |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 6.3 | 18.4 | 40.9 | 27.2 | 7.2 | 2.894 | 0.993 |
| การโฆษณาของโครงการ | 3.1 | 17.5 | 49.1 | 25.0 | 5.3 | 2.881 | 0.867 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 ความพึงพอใจต่อการเข้าพักอาศัย

| รายการ | ระดับความพึงพอใจ(ร้อยละ) | | | | | \bar{X} | S.D. |
|---|--------------------------|------|---------|------|------------|-----------|-------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| ความสะอาดในการคมนาคม | 16.9 | 45.9 | 34.1 | 2.8 | 0.3 | 3.763 | 0.772 |
| แสงสว่างในห้องพัก | 11.6 | 43.4 | 40.6 | 3.8 | 0.6 | 3.616 | 0.763 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 14.1 | 40.9 | 38.4 | 5.6 | 0.9 | 3.616 | 0.830 |
| การวางผังโครงการ | 8.1 | 41.9 | 47.8 | 2.2 | 0.0 | 3.559 | 0.674 |
| รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ | 9.4 | 35.3 | 49.4 | 5.3 | 0.6 | 3.475 | 0.763 |
| ขนาด/รูปแบบของห้องพัก | 8.4 | 36.3 | 47.2 | 6.6 | 1.6 | 3.434 | 0.801 |
| โทรศัพท์สาธารณะ | 15.3 | 33.4 | 33.4 | 12.8 | 5.0 | 3.413 | 1.053 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 9.4 | 28.8 | 53.1 | 8.1 | 0.6 | 3.381 | 0.791 |
| ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นในอาคาร | 5.6 | 34.7 | 51.6 | 7.8 | 0.3 | 3.375 | 0.724 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 10.6 | 31.9 | 42.8 | 12.8 | 1.9 | 3.366 | 0.903 |
| ความสะอาดในการชำระเงินค่าเช่า | 7.5 | 31.6 | 45.9 | 12.8 | 2.2 | 3.294 | 0.865 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 5.9 | 31.3 | 50.0 | 10.6 | 2.2 | 3.281 | 0.817 |
| การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 6.6 | 22.5 | 56.6 | 12.2 | 2.2 | 3.191 | 0.814 |
| การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 5.3 | 23.8 | 55.3 | 12.5 | 3.1 | 3.156 | 0.823 |
| ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | 8.1 | 22.5 | 46.6 | 17.2 | 5.6 | 3.103 | 0.969 |
| เสียง/ความเงียบสงบ | 10.3 | 20.9 | 42.5 | 17.2 | 9.1 | 3.063 | 1.075 |
| การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | 5.6 | 22.5 | 45.6 | 20.9 | 5.3 | 3.022 | 0.935 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 8.4 | 20.3 | 42.8 | 16.9 | 11.6 | 2.972 | 1.084 |
| สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | 7.2 | 24.4 | 33.4 | 27.5 | 7.5 | 2.963 | 1.053 |
| การดูแลความสะอาด | 8.8 | 19.7 | 37.2 | 25.0 | 9.4 | 2.934 | 1.082 |
| ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | 8.4 | 21.6 | 36.3 | 21.3 | 12.5 | 2.922 | 1.124 |
| ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | 9.1 | 17.5 | 41.3 | 18.4 | 13.8 | 2.897 | 1.125 |
| การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | 5.0 | 16.6 | 45.9 | 25.6 | 6.9 | 2.872 | 0.940 |
| การดูแลแก้ไขปัญหาของการเคหะฯ | 5.9 | 12.2 | 50.3 | 22.2 | 9.4 | 2.831 | 0.965 |
| ค่าใช้จ่าย/ความสะอาดของบริการซ่อมบำรุง | 4.1 | 11.9 | 53.1 | 24.4 | 6.6 | 2.825 | 0.871 |
| การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ | 5.0 | 12.2 | 42.8 | 27.5 | 12.5 | 2.697 | 1.004 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับความพึงพอใจโดยภาพรวมของการพักอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวนินทร์ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.356 (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ความพึงพอใจโดยภาพรวมต่อการเช่าพักอาศัย

| รายการ | ระดับความพึงพอใจ(ร้อยละ) | | | | | \bar{X} | S.D. |
|----------------------|--------------------------|------|---------|------|------------|-----------|-------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| ความพึงพอใจโดยภาพรวม | 5.3 | 32.5 | 56.6 | 3.8 | 1.9 | 3.356 | 0.724 |

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายทุกรายการ ว่ามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ($2.61 \leq \bar{X} \leq 3.40$) โดยจะอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย รายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่าเหมาะสมมากที่สุดได้แก่ ความเหมาะสมของสำนักงานขาย รองลงไปเป็น รูปแบบการโฆษณา การเลือกใช้สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ และรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่าเหมาะสมน้อยที่สุดได้แก่ การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย (ตารางที่ 29)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คือ ตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ครัวเรือน การเช่า และระยะเวลาเดินทาง มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเช่า - อาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวนินทร์ของการเคหะแห่งชาติ

ตารางที่ 29 ทศนคติของผู้บริโภคต่อความเหมาะสมของการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

| รายการ | ระดับความเหมาะสม(ร้อยละ) | | | | | \bar{X} | S.D. | จำนวน (คน) |
|--|--------------------------|------|---------|------|------------|-----------|-------|---------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| ความเหมาะสมของสำนัก งานขาย | 5.5 | 17.9 | 56.8 | 15.4 | 4.4 | 3.048 | 0.854 | 273 |
| รูปแบบการโฆษณา | 3.0 | 7.4 | 60.1 | 24.0 | 5.5 | 2.782 | 0.780 | 271 |
| การเลือกใช้สื่อโฆษณา เช่น ป้าย หนังสือพิมพ์ | 4.4 | 9.5 | 50.5 | 27.5 | 8.1 | 2.747 | 0.898 | 273 |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร | 3.2 | 11.8 | 48.4 | 27.2 | 9.3 | 2.724 | 0.905 | 279 |
| ข้อมูลโครงการ การให้ข้อมูล/การบริการ ของพนักงานขาย | 2.1 | 9.3 | 52.7 | 25.3 | 10.7 | 2.669 | 0.867 | 281 |

เพศ

H_0 = ทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของชายและหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 = ทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของชายและหญิงแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

วิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) หรือค่าสถิติ F-test โดยจำแนกเพศออกเป็นเพศชายและหญิง เพื่อศึกษาว่าเพศที่ต่างกันให้ระดับความสำคัญที่ต่างกับปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาด

พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 ทศนคติของผู้บริโภคเพศชายและหญิงที่มีต่อปัจจัยเรื่องสาธารณูปโภคในโครงการ และการบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย - มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งทุกปัจจัยที่กล่าวมาแล้วเพศชายจะให้ความสำคัญสูงกว่าเพศหญิงมากและพบว่าที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ทศนคติของผู้บริโภคเพศชายและหญิงที่มีต่อปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้ง การวางผังโครงการ วัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก ที่จอดรถยนต์และ

รถจักรยานยนต์ และสภาพแวดล้อมของโครงการ มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งทุกปัจจัยที่กล่าวมาแล้วเพศชายจะให้ความสำคัญสูงกว่าเพศหญิง แสดงให้เห็นว่าเพศชายให้ความสำคัญหรือพิจารณาในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้มากกว่าเพศหญิงในการมาเช่าอยู่ในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ (ตารางที่ 30)

อายุ

H_0 = ทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุ ที่มีทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

พบว่าทศนคติของผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 25-34 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไปที่มีต่อปัจจัยในเรื่องลักษณะ/รูปแบบและขนาดอาคาร ขนาดและรูปแบบห้องพัก ขนาดและรูปแบบของห้องน้ำ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ ความสะดวกในการติดต่อเช่า การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของโครงการ และความเชื่อถือเจ้าของโครงการ มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยจะพบว่าผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวต่ำกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัดในทุก ๆ ปัจจัยที่กล่าวมา และพบว่าทศนคติของผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 25-34 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไปที่มีต่อปัจจัยในเรื่องวัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย และราคาเช่าต่อเดือน โดยจะพบว่าผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวต่ำกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ในทุกปัจจัยที่กล่าวมา และในผู้ที่มีอายุ 25-34 ปีก็มีแนวโน้มที่สนใจปัจจัยที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดในระดับที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ยกเว้นในปัจจัยเรื่องค่าเช่าต่อเดือนที่มีความสนใจมากกว่าทุกระดับอายุทั้งนี้อาจมาจากผู้ที่มีอายุมากกว่าผ่านประสบการณ์มามากเห็นปัจจัยเรื่องต่าง ๆ เป็นของธรรมดาจึงไม่ค่อยใส่ใจเท่าผู้ที่มีอายุน้อย (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 30 ทศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามเพศ

| รายการ | เพศ | | | | F | Sig. |
|---------------------------------------|-----------|------|-----------|------|-------|----------|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 4.111 | 0.76 | 3.926 | 0.77 | 4.67 | 0.031 * |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | 3.704 | 0.75 | 3.595 | 0.78 | 1.62 | 0.204 |
| การวางผังโครงการ | 3.721 | 0.77 | 3.514 | 0.77 | 5.80 | 0.017 * |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | 3.576 | 0.80 | 3.507 | 0.83 | 0.57 | 0.450 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.605 | 0.84 | 3.635 | 0.91 | 0.10 | 0.755 |
| วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.465 | 0.89 | 3.203 | 0.96 | 6.44 | 0.012 * |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.581 | 0.82 | 3.588 | 0.84 | 0.01 | 0.945 |
| วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.384 | 0.86 | 3.385 | 0.85 | 0.00 | 0.988 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.616 | 0.96 | 3.372 | 0.99 | 4.99 | 0.026 * |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.994 | 0.88 | 3.791 | 0.97 | 3.89 | 0.049 * |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.704 | 0.94 | 3.385 | 0.98 | 8.81 | 0.003 ** |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 4.035 | 0.79 | 3.939 | 0.92 | 1.00 | 0.319 |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 3.378 | 1.08 | 2.932 | 1.00 | 14.52 | 0.000 ** |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า | 3.372 | 1.07 | 3.230 | 1.02 | 1.46 | 0.227 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.779 | 1.01 | 3.757 | 1.04 | 0.04 | 0.846 |
| เงื่อนไขค่าประกัน/ค่าเช่าล่วงหน้า | 3.570 | 0.98 | 3.574 | 0.99 | 0.00 | 0.967 |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 3.256 | 0.99 | 3.284 | 0.98 | 0.06 | 0.800 |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 3.041 | 1.02 | 2.919 | 1.01 | 1.15 | 0.258 |
| การโฆษณาของโครงการ | 2.907 | 0.89 | 2.851 | 0.84 | 0.33 | 0.568 |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 2.930 | 1.02 | 2.851 | 0.96 | 0.50 | 0.479 |
| ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ (การเคหะฯ) | 3.704 | 1.02 | 3.527 | 1.10 | 2.21 | 0.138 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 31 ทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามอายุ

| รายการ | อายุ(ปี) | | | | | | F | Sig |
|-------------------------------------|------------|------|-----------|------|-----------|------|------|----------|
| | ต่ำกว่า 25 | | 25 - 34 | | 35 ขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 3.831 | 0.81 | 4.107 | 0.75 | 4.042 | 0.72 | 2.97 | 0.053 |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | 3.797 | 0.71 | 3.657 | 0.73 | 3.556 | 0.82 | 1.69 | 0.187 |
| การวางผังโครงการ | 3.678 | 0.86 | 3.590 | 0.76 | 3.694 | 0.70 | 0.61 | 0.545 |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | 3.831 | 0.87 | 3.551 | 0.74 | 3.278 | 0.84 | 7.98 | 0.000 ** |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.949 | 0.84 | 3.573 | 0.89 | 3.431 | 0.78 | 6.33 | 0.002 ** |
| วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.610 | 1.05 | 3.315 | 0.92 | 3.167 | 0.82 | 3.84 | 0.023 * |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.881 | 0.98 | 3.579 | 0.81 | 3.361 | 0.63 | 6.66 | 0.001 ** |
| วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.576 | 1.00 | 3.410 | 0.81 | 3.125 | 0.77 | 5.01 | 0.007 ** |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.390 | 1.03 | 3.590 | 0.96 | 3.375 | 1.00 | 1.70 | 0.185 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 4.017 | 0.96 | 3.938 | 0.88 | 3.681 | 0.99 | 2.67 | 0.071 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.678 | 0.94 | 3.551 | 0.99 | 3.458 | 0.90 | 0.85 | 0.429 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 4.000 | 0.88 | 3.989 | 0.84 | 3.931 | 0.76 | 0.14 | 0.868 |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 3.322 | 0.99 | 3.247 | 1.05 | 2.875 | 1.05 | 3.91 | 0.021 * |

ตารางที่ 31 (ต่อ)

| รายการ | อายุ(ปี) | | | | | | F | Sig. |
|--------------------------------------|------------|------|-----------|------|-----------|------|------|----------|
| | ต่ำกว่า 25 | | 25 - 34 | | 35 ขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า | 3.593 | 0.84 | 3.354 | 1.03 | 2.972 | 1.05 | 6.22 | 0.002 ** |
| ราคาเช่าเช่า/เดือน | 3.831 | 1.05 | 3.848 | 0.90 | 3.500 | 1.23 | 3.16 | 0.044 * |
| เงื่อนไขค่าประกันค่าเช่าล่วงหน้า | 3.644 | 1.03 | 3.646 | 0.95 | 3.375 | 1.01 | 2.13 | 0.121 |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 3.407 | 0.90 | 3.405 | 0.94 | 2.875 | 0.95 | 8.51 | 0.000 ** |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 3.203 | 0.95 | 3.079 | 0.97 | 2.639 | 1.01 | 6.49 | 0.002 ** |
| การโฆษณาของโครงการ | 2.864 | 0.91 | 2.938 | 0.88 | 2.764 | 0.88 | 1.04 | 0.357 |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 3.051 | 0.97 | 3.011 | 0.99 | 2.472 | 0.93 | 8.73 | 0.000 ** |
| ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ (การคณะฯ) | 3.746 | 0.88 | 3.708 | 1.02 | 3.250 | 1.15 | 5.56 | 0.004 ** |

สถานภาพการสมรส

H_0 = ทักษะคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรส ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ทักษะคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรส แตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

โดยภาพรวมจะพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ มากกว่าผู้ที่ผ่านการสมรสมาแล้วในเกือบทุก ๆ ปัจจัย แต่เมื่อมองดูในรายละเอียดพบว่า ทักษะคติของผู้ที่มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรสต่อปัจจัยเรื่อง ขนาดและรูปแบบของห้องพัก ความสะดวกในการติดต่อเช่า การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ มีความแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยพบว่าทุกปัจจัยที่กล่าวมาแล้วผู้ที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่าผู้ที่ผ่านการสมรสอย่างเห็นได้ชัด และพบว่าทักษะคติของผู้ที่มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรสต่อปัจจัยเรื่อง ลักษณะ/รูปแบบและขนาดอาคาร ขนาดและรูปแบบของห้องน้ำ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ ราคาเช่าต่อเดือน และความเชื่อถือเจ้าของโครงการ มีความแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยพบว่าทุกปัจจัยที่กล่าวมาแล้วผู้ที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่าผู้ที่ผ่านการสมรส เหตุผลน่าจะคล้ายคลึงกับการพิจารณาด้านอายุ เนื่องจากผู้ที่ผ่านการสมรสควรผ่านประสบการณ์มามากเห็นเรื่องต่าง ๆ เป็นเรื่องธรรมดา (ตารางที่ 32)

ระดับการศึกษาสูงสุด

H_0 = ทักษะคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษา ที่มีทักษะคติต่อส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 ทักษะคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามสถานภาพการสมรส

| รายการ | สถานภาพสมรส | | | | F | Sig. |
|---------------------------------------|-------------|------|-------------|------|-------|----------|
| | โสด | | ผ่านการสมรส | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 4.041 | 0.73 | 4.007 | 0.80 | 0.46 | 0.686 |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | 3.704 | 0.74 | 3.596 | 0.79 | 1.60 | 0.207 |
| การวางผังโครงการ | 3.675 | 0.78 | 3.570 | 0.77 | 1.47 | 0.226 |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | 3.633 | 0.76 | 3.444 | 0.85 | 4.41 | 0.037 * |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.781 | 0.85 | 3.437 | 0.86 | 12.93 | 0.000 ** |
| วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.408 | 0.93 | 3.272 | 0.93 | 1.73 | 0.190 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.692 | 0.87 | 3.464 | 0.77 | 6.16 | 0.014 * |
| วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.479 | 0.87 | 3.278 | 0.82 | 4.49 | 0.035 * |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.420 | 0.94 | 3.596 | 1.02 | 2.57 | 0.110 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.929 | 0.98 | 3.868 | 0.86 | 0.35 | 0.554 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.533 | 1.01 | 3.583 | 0.92 | 0.21 | 0.644 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.994 | 0.93 | 3.987 | 0.77 | 0.01 | 0.939 |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 3.243 | 1.05 | 3.093 | 1.08 | 1.58 | 0.209 |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า | 3.379 | 1.02 | 3.225 | 1.08 | 1.71 | 0.192 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.882 | 0.94 | 3.642 | 1.10 | 4.42 | 0.036 * |
| เงื่อนไขค่าประกันค่าเช่าล่วงหน้า | 3.627 | 0.95 | 3.510 | 1.02 | 1.14 | 0.287 |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 3.426 | 0.95 | 3.093 | 0.99 | 9.45 | 0.002 ** |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 3.154 | 0.98 | 2.795 | 1.03 | 10.27 | 0.001 ** |
| การโฆษณาของโครงการ | 2.970 | 0.79 | 2.781 | 0.94 | 3.83 | 0.051 |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 3.053 | 0.96 | 2.715 | 1.00 | 9.49 | 0.002 ** |
| ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ (การเคหะฯ) | 3.746 | 0.96 | 3.483 | 1.15 | 4.93 | 0.027 * |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อดูโดยภาพรวมแล้วพบว่าทัศนคติของผู้มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่านั้นมีความสนใจหรือให้ความสำคัญในทุกๆ ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า

โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแล้วพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลายถึงอนุปริญญา และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปต่อปัจจัยเรื่อง ลักษณะ/รูปแบบและขนาดโครงการ, การวางแผนโครงการ สภาพแวดล้อมของโครงการ การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย ความสะดวกในการติดต่อเช่า การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การโฆษณาโครงการ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ และความเชื่อถือเจ้าของโครงการ มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าทุก ๆ ปัจจัยที่ได้กล่าวมาแล้วผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลายถึงอนุปริญญา และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปต่อปัจจัยเรื่อง ทำเลที่ตั้ง สาธารณูปโภคในโครงการ และความสะดวกในการคมนาคม มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าทุก ๆ ปัจจัยที่ได้กล่าวมาแล้วผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า ทั้งนี้จะมาจากการศึกษาสามารถถ่ายทอดความรู้ ทักษะ ค่านิยม แบบแผน และความประพฤติ ดังนั้นผู้ที่มีการศึกษาน้อยอาจยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ในปัจจัยต่าง ๆ ของส่วนประสมทางการตลาดทำให้มีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้น้อยลง นอกนั้นในปัจจัยอื่น ๆ ผู้ที่มีการศึกษาทั้ง 3 กลุ่มมีทัศนคติในระดับใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 33)

รายได้ครัวเรือน

H_0 = ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของแต่ละกลุ่มรายได้ครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มรายได้ครัวเรือน ที่มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 ทิศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด

| รายการ | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | | | | F | Sig. |
|------------------------------|---------------------|------|-------------|------|-----------------|------|------|----------|
| | มัธยมต้น/ต่ำกว่า | | มัธยมปลาย - | | ปริญญาตรีขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 3.745 | 0.82 | 4.069 | 0.78 | 4.089 | 0.71 | 4.14 | 0.047 * |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | 3.353 | 0.80 | 3.706 | 0.78 | 3.715 | 0.71 | 4.79 | 0.009 ** |
| การวางผังโครงการ | 3.275 | 0.78 | 3.719 | 0.82 | 3.659 | 0.68 | 6.66 | 0.001 ** |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | 3.294 | 0.92 | 3.603 | 0.82 | 3.577 | 0.74 | 2.95 | 0.054 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.392 | 0.87 | 3.719 | 0.90 | 3.594 | 0.82 | 2.79 | 0.063 |
| วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.157 | 1.07 | 3.425 | 0.92 | 3.325 | 0.88 | 1.61 | 0.201 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.431 | 0.70 | 3.685 | 0.90 | 3.529 | 0.78 | 2.24 | 0.109 |
| วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.200 | 0.80 | 3.486 | 0.91 | 3.342 | 0.79 | 2.47 | 0.086 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.412 | 1.15 | 3.569 | 0.98 | 3.463 | 0.91 | 0.64 | 0.527 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.529 | 0.97 | 3.925 | 0.91 | 4.024 | 0.89 | 5.41 | 0.005 ** |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.196 | 0.98 | 3.610 | 0.93 | 3.642 | 0.98 | 4.33 | 0.014 * |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.686 | 0.81 | 4.014 | 0.82 | 4.089 | 0.89 | 4.19 | 0.016 * |

ตารางที่ 33 (ต่อ)

| รายการ | ระดับการศึกษาล่าสุด | | | | | | F | Sig. |
|--------------------------------------|---------------------|------|--------------------------|------|-----------------|------|-------|----------|
| | มัธยมต้น/ต่ำกว่า | | มัธยมปลาย - อนุปริญญา | | ปริญญาตรีขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 2.588 | 0.92 | 3.267 | 1.07 | 3.301 | 1.04 | 9.65 | 0.000 ** |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาเช่า | 2.980 | 1.01 | 3.370 | 1.11 | 3.366 | 0.98 | 2.96 | 0.053 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.628 | 1.13 | 3.808 | 1.05 | 3.781 | 0.95 | 0.60 | 0.548 |
| เงื่อนไขค่าประกัน/ค่าเช่าล่วงหน้า | 3.529 | 1.01 | 3.616 | 0.97 | 3.537 | 0.99 | 0.28 | 0.759 |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 2.863 | 0.98 | 3.301 | 1.04 | 3.398 | 0.87 | 5.69 | 0.004 ** |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 2.412 | 0.96 | 3.130 | 1.05 | 3.049 | 0.92 | 10.44 | 0.000 ** |
| การโฆษณาของโครงการ | 2.529 | 0.97 | 3.021 | 0.77 | 2.862 | 0.90 | 6.33 | 0.002 ** |
| ภาพประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 2.353 | 0.93 | 3.041 | 0.95 | 2.943 | 0.99 | 9.85 | 0.000 ** |
| ความพึงพอใจของโครงการ (การเคหะฯ) | 2.941 | 1.16 | 3.685 | 1.02 | 3.829 | 0.96 | 14.18 | 0.000 ** |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนระหว่าง 10,000-19,999 บาท และผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ในปัจจัยเรื่อง ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงจะสนใจเรื่องเหล่านี้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อยอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ของรายได้กับพาหนะจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนสูงมีแนวโน้มที่จะมีพาหนะส่วนตัวมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย ทำให้มีความสนใจในปัจจัยเรื่อง ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนระหว่าง 10,000-19,999 บาท และผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ในปัจจัยเรื่อง ทำเลที่ตั้ง การวางผังโครงการ ขนาดและรูปแบบห้องน้ำ และความสะดวกในการคมนาคม มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าปัจจัยในเรื่องทำเลที่ตั้ง การวางผังโครงการ และความสะดวกในการคมนาคม ผู้ที่มีรายได้น้อยจะให้ความสำคัญในปัจจัยนี้ต่ำ ผู้ที่มีรายได้มากกว่าจะสนใจเรื่องเหล่านี้มากกว่า ส่วนปัจจัยเรื่องขนาดและรูปแบบของห้องน้ำพบว่าผู้ที่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ต่ำกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ครัวเรือนน้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน โดยข้อมูลแสดงในตารางที่ 34 และข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะแสดงในตารางที่ 35

การเช่า

H_0 = ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ที่เช่าจากการเคหะแห่งชาติกับผู้เช่าโดยซื้อสิทธิจากผู้เช่าเดิมไม่แตกต่างกัน

H_1 = ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ที่เช่าจากการเคหะแห่งชาติกับผู้เช่าโดยซื้อสิทธิจากผู้เช่าเดิมแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มที่เช่าจากการเคหะแห่งชาติ และกลุ่มที่เช่าโดยซื้อสิทธิ์ต่อจากผู้เช่าเดิม ในปัจจัยเรื่องการโฆษณาโครงการ มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 และพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มที่เช่าจากการเคหะแห่งชาติ และกลุ่มที่เช่าโดยซื้อสิทธิ์ต่อจากผู้เช่าเดิม ในปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้ง วัสดุอุปกรณ์ในห้องน้ำ การให้ข้อมูลและการบริการของ

ตารางที่ 34 ทิศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามรายได้

| รายการ | รายได้(บาท) | | | | | | F | Sig. |
|-------------------------------------|----------------|------|-----------------|------|---------------|------|------|----------|
| | ต่ำกว่า 10,000 | | 10,000 – 19,999 | | 20,000 ขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 3.884 | 0.77 | 4.088 | 0.81 | 4.200 | 0.62 | 4.04 | 0.019 * |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | 3.516 | 0.77 | 3.704 | 0.77 | 3.763 | 0.70 | 2.70 | 0.069 |
| การวางผังโครงการ | 3.463 | 0.80 | 3.696 | 0.79 | 3.713 | 0.70 | 3.18 | 0.043 * |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | 3.463 | 0.77 | 3.632 | 0.81 | 3.550 | 0.79 | 1.23 | 0.294 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.632 | 0.80 | 3.616 | 0.89 | 3.613 | 0.86 | 0.01 | 0.987 |
| วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.358 | 0.91 | 3.352 | 0.89 | 3.350 | 0.94 | 0.00 | 0.998 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.537 | 0.84 | 3.728 | 0.79 | 3.463 | 0.79 | 3.04 | 0.049 * |
| วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.390 | 0.84 | 3.472 | 0.79 | 3.325 | 0.90 | 0.79 | 0.457 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.232 | 0.89 | 3.616 | 1.03 | 3.675 | 0.96 | 5.81 | 0.003 ** |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.811 | 0.80 | 3.992 | 0.88 | 4.063 | 0.80 | 2.19 | 0.113 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.474 | 0.84 | 3.568 | 0.99 | 3.788 | 0.82 | 2.74 | 0.067 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.821 | 0.79 | 4.096 | 0.91 | 4.113 | 0.71 | 3.81 | 0.023 * |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 3.042 | 0.93 | 3.216 | 1.12 | 3.375 | 1.07 | 2.20 | 0.113 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 34 (ต่อ)

| รายการ | รายได้(บาท) | | | | | | F | Sig. | | |
|--------------------------------------|----------------|------|-----------|-----------------|-----------|------|------|-------|---------------|------|
| | ต่ำกว่า 10,000 | | | 10,000 – 19,999 | | | | | 20,000 ขึ้นไป | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | | \bar{X} | S.D. |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า | 3.242 | 1.06 | 3.360 | 0.98 | 3.438 | 1.04 | 0.82 | 0.440 | | |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.726 | 1.12 | 3.784 | 0.91 | 3.875 | 1.01 | 0.48 | 0.621 | | |
| เงื่อนไขค่าประกัน/ค่าเช่าล่วงหน้า | 3.600 | 1.04 | 3.520 | 0.96 | 3.663 | 0.94 | 0.54 | 0.586 | | |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 3.242 | 1.01 | 3.344 | 0.99 | 3.313 | 0.89 | 0.30 | 0.740 | | |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 2.884 | 1.02 | 3.016 | 1.05 | 3.163 | 0.96 | 1.63 | 0.198 | | |
| การโฆษณาของโครงการ | 2.768 | 0.84 | 2.888 | 0.86 | 2.963 | 0.86 | 1.16 | 0.315 | | |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 2.821 | 1.00 | 2.872 | 0.96 | 3.088 | 0.98 | 1.80 | 0.167 | | |
| ความถี่ถือถือเจ้าโครงการ (การเคหะฯ) | 3.442 | 1.03 | 3.624 | 1.06 | 3.825 | 0.99 | 2.99 | 0.052 | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 35 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะ

| รายได้(บาท) | พาหนะ 1/ | | | | รวม |
|----------------|-----------------|------------------------|----------------|------------|--------------|
| | รถยนต์ส่วนบุคคล | รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล | รถรับจ้างต่างๆ | อื่นๆ | |
| ต่ำกว่า 10,000 | 5 (5.4) | 12 (12.9) | 74 (79.6) | 2 (2.2) | 93 (100) |
| 10,000-19,999 | 21 (16.8) | 13 (10.4) | 89 (71.2) | 2 (1.6) | 125 (100) |
| 20,000 ขึ้นไป | 23 (28.8) | 12 (15.0) | 44 (55.0) | 1 (1.3) | 80 (100) |
| รวม | 49 (16.4) | 37 (12.4) | 207 (69.5) | 5 (1.7) | 298 (100) |

หมายเหตุ 1/ ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละ

พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า ปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้ง การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การโฆษณาโครงการ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ ผู้บริโภคที่เข้าจากการเคหะฯ ให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้สูงกว่าผู้บริโภคที่เข้าต่อจากผู้เช่าเดิม โดยเฉพาะเรื่องการโฆษณาโครงการสูงกว่ามาก หากพิจารณาเฉพาะปัจจัยเรื่องการให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การโฆษณาโครงการ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ โดยความเป็นจริงแล้วกลุ่มที่เข้าต่อจากผู้เช่าเดิมจะไม่ค่อยได้สัมผัสกับปัจจัยเหล่านี้มาก จึงมีความสนใจในปัจจัยเหล่านี้น้อย

ส่วนปัจจัยเรื่องวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ พบว่ากลุ่มผู้เช่าต่อจากผู้เช่าเดิมจะให้ความสำคัญหรือสนใจกับปัจจัยนี้มากกว่าผู้ที่เข้าจากการเคหะฯ เพราะอาจจะต้องดูจากสภาพความเป็นจริงภายในห้องน้ำในห้องที่จะซื้อสิทธิ์ต่อว่ามีสภาพอย่างไร (ตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 ทักษะของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามการเช่า

| รายการ | เช่าจาก | | | | F | Sig. |
|---------------------------------------|------------|------|-------------------|------|------|----------|
| | จากการเคหะ | | ต่อจากผู้เช่าเดิม | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 4.072 | 0.74 | 3.824 | 0.83 | 5.71 | 0.017 * |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | 3.672 | 0.76 | 3.574 | 0.80 | 0.88 | 0.348 |
| การวางผังโครงการ | 3.640 | 0.78 | 3.559 | 0.78 | 0.59 | 0.445 |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | 3.540 | 0.80 | 3.515 | 0.82 | 0.05 | 0.819 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.612 | 0.85 | 3.632 | 0.96 | 0.03 | 0.865 |
| วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.320 | 0.92 | 3.382 | 0.93 | 0.24 | 0.623 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.576 | 0.78 | 3.632 | 1.01 | 0.25 | 0.621 |
| วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.332 | 0.82 | 3.588 | 0.95 | 4.87 | 0.028 * |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.516 | 0.98 | 3.471 | 1.01 | 0.11 | 0.737 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.892 | 0.94 | 3.897 | 0.87 | 0.00 | 0.968 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.588 | 0.97 | 3.427 | 0.97 | 1.48 | 0.224 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.952 | 0.89 | 4.132 | 0.71 | 2.38 | 0.124 |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 3.212 | 1.07 | 2.971 | 0.99 | 2.80 | 0.095 |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า | 3.292 | 0.99 | 3.308 | 1.22 | 0.01 | 0.907 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.752 | 0.98 | 3.794 | 1.17 | 0.09 | 0.763 |
| เงื่อนไขค่าประกัน/ค่าเช่าล่วงหน้า | 3.584 | 0.93 | 3.515 | 1.17 | 0.26 | 0.608 |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 3.296 | 0.98 | 3.177 | 1.01 | 0.79 | 0.375 |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 3.044 | 1.01 | 2.735 | 1.02 | 5.00 | 0.026 * |
| การโฆษณาของโครงการ | 2.952 | 0.82 | 2.588 | 0.97 | 9.72 | 0.002 ** |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 2.956 | 0.98 | 2.632 | 1.01 | 5.78 | 0.017 * |
| ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ (การเคหะฯ) | 3.660 | 0.99 | 3.441 | 1.25 | 2.29 | 0.131 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะเวลาเดินทาง

H_0 = ทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ที่ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 1 ชั่วโมงกับผู้ที่ใช้เวลาเดินทางเกิน 1 ชั่วโมงไม่แตกต่างกัน

H_1 = ทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ที่ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 1 ชั่วโมงกับผู้ที่ใช้เวลาเดินทางเกิน 1 ชั่วโมงแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

พบว่าทศนคติของผู้บริโภคที่ใช้เวลาในการเดินทาง 1 ชั่วโมงลงมากับผู้ที่ใช้เวลาในการเดินทางนานกว่า 1 ชั่วโมง พบว่าปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้ง และความสะดวกในการคมนาคม มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 และพบว่าปัจจัยเรื่อง ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าทั้ง 3 ปัจจัยที่กล่าวมาแล้วพบว่าผู้ที่ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมงลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวมากกว่าผู้ที่ใช้นานกว่า 1 ชั่วโมง แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการคมนาคมของที่พักอาศัยนั้น มีโอกาสที่จะใช้เวลาในการเดินทางไปทำงานหรือไปสถานศึกษาได้เร็วขึ้น สำหรับเรื่องของที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์พบว่า จากความสัมพันธ์ของระยะเวลาการเดินทางกับพาหนะพบว่า ผู้ที่ใช้ระยะเวลาการเดินทางน้อยจะมีสัดส่วนของการมีพาหนะส่วนตัวสูงกว่าผู้ที่ใช้เวลาในการเดินทางมาก ดังนั้นจึงมิได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์มากกว่า ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 37 และข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่พาหนะแสดงในตารางที่ 38

ตารางที่ 37 ทศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาตามระยะเวลาเดินทาง

| รายการ | ระยะเวลาเดินทาง | | | | F | Sig. |
|---------------------------------------|-----------------|------|---------------|------|------|----------|
| | 1-60 นาที | | 61 นาทีขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ทำเลที่ตั้ง | 4.182 | 0.73 | 3.939 | 0.73 | 6.71 | 0.010 ** |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | 3.766 | 0.79 | 3.647 | 0.69 | 1.53 | 0.218 |
| การวางผังโครงการ | 3.682 | 0.84 | 3.566 | 0.67 | 1.35 | 0.247 |
| ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | 3.630 | 0.80 | 3.546 | 0.76 | 0.70 | 0.404 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.643 | 0.87 | 3.606 | 0.84 | 0.11 | 0.740 |
| วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.461 | 0.92 | 3.293 | 0.97 | 1.94 | 0.165 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.688 | 0.88 | 3.566 | 0.80 | 1.26 | 0.264 |
| วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.461 | 0.90 | 3.434 | 0.77 | 0.06 | 0.808 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.695 | 0.99 | 3.374 | 0.99 | 6.34 | 0.012 * |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 4.026 | 0.88 | 3.818 | 0.92 | 3.26 | 0.072 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.649 | 0.93 | 3.475 | 1.05 | 1.91 | 0.168 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 4.456 | 0.81 | 3.859 | 0.93 | 7.25 | 0.008 ** |
| การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | 3.344 | 1.04 | 3.182 | 1.04 | 1.46 | 0.228 |
| ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า | 3.409 | 1.06 | 3.343 | 0.98 | 0.25 | 0.621 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.838 | 0.90 | 3.838 | 1.02 | 0.00 | 0.995 |
| เงื่อนไขค่าประกัน/ค่าเช่าล่วงหน้า | 3.636 | 0.96 | 3.495 | 1.01 | 1.25 | 0.265 |
| ความสะดวกในการติดต่อเช่า | 3.370 | 1.02 | 3.323 | 0.88 | 0.14 | 0.706 |
| การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | 3.084 | 1.05 | 3.121 | 0.94 | 0.08 | 0.777 |
| การโฆษณาของโครงการ | 2.961 | 0.86 | 2.980 | 0.89 | 0.03 | 0.868 |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | 2.981 | 1.02 | 3.030 | 0.95 | 0.15 | 0.698 |
| ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ (การเคหะฯ) | 3.779 | 1.00 | 3.737 | 1.00 | 0.11 | 0.745 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาเดินทางกับพาหนะ

| ระยะเวลา | พาหนะ 1/ | | | | รวม |
|----------------|-----------------|------------------------|----------------|------------|--------------|
| | รถยนต์ส่วนบุคคล | รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล | รถรับจ้างต่างๆ | อื่น ๆ | |
| 1-60 นาที | 35 (22.7) | 30 (19.5) | 87 (56.5) | 2 (1.3) | 154 (100) |
| 61 นาที ขึ้นไป | 8 (8.1) | 3 (3.0) | 86 (86.9) | 2 (2.0) | 99 (100) |
| รวม | 43 (17.0) | 33 (13.0) | 173 (68.4) | 4 (1.6) | 253 (100) |

หมายเหตุ 1/ ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คือ ตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ครัวเรือน และจำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพัก มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เช่าอาคารเช่าพักอาศัย โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ของการเคหะแห่งชาติ

เพศ

H_0 = ความพึงพอใจในการเช่า ของชายและหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 = ความพึงพอใจในการเช่า ของชายและหญิงแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

จะ

พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงในเรื่องของการก่อสร้างและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ สาธารณูปโภคในโครงการ เสียงและความเงียบสงบ การดูแลความสะอาด ราคาเช่าต่อเดือน และความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ในทุกรายการที่กล่าวไปแล้วพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง น่าจะมาจากที่เพศชายส่วนใหญ่จะมีความอดทนและสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพปัญหาได้ดีกว่าเพศหญิง และนอกจากนี้เมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาต่างๆ เพศหญิงมักเป็นคนขี้บ่น กังวล และเพศหญิงมีความละเอียดอ่อนในรายละเอียดเรื่องต่างๆ มากกว่า (ตารางที่ 39)

อายุ

H_0 = ความพึงพอใจในการเช่า ของแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุ ที่มีความพึงพอใจในการเช่า แตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ผู้ที่มีอายุ 25-34 ปี และผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ในเรื่อง ขนาดและรูปแบบของห้องพัก การซ่อมบำรุงรักษาอาคารและพื้นที่ส่วนกลาง สวนหย่อม/ต้นไม้ ต้นไม้และทางเดิน เสียงและความเงียบสงบ ความปลอดภัยและยามรักษาความปลอดภัย ราคาเช่าต่อเดือน ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า และการให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ พบว่ามีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 และพบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ผู้ที่มีอายุ 25-34 ปี และผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ในเรื่องรูปแบบ/ขนาดและความหนาแน่นของโครงการ ลักษณะ/ขนาดและความหนาแน่นในอาคาร การดูแลชุมชนและชุมชนสัมพันธ์ การดูแลแก้ไขปัญหาของการเคหะฯ การดูแลความปลอดภัย และค่าใช้จ่ายและความสะดวกในการซ่อมบำรุง พบว่ามีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า ในทุกรายการที่กล่าวมาแล้วผู้ที่มีอายุมากกว่า 35 ปี จะมีความพึงพอใจต่ำกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า (ตารางที่ 40)

๕

ตารางที่ 39 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามเพศ

| รายการ | เพศ | | | | F | Sig. |
|---|-----------|------|-----------|------|------|---------|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ | 3.500 | 0.79 | 3.446 | 0.73 | 0.40 | 0.528 |
| การวางผังโครงการ | 3.593 | 0.67 | 3.520 | 0.67 | 0.93 | 0.336 |
| ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นในอาคาร | 3.419 | 0.72 | 3.324 | 0.73 | 1.35 | 0.246 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.424 | 0.76 | 3.446 | 0.85 | 0.06 | 0.811 |
| การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.221 | 0.80 | 3.081 | 0.85 | 2.31 | 0.130 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.413 | 0.82 | 3.345 | 0.76 | 0.59 | 0.443 |
| การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.273 | 0.77 | 3.095 | 0.86 | 3.87 | 0.050 * |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.459 | 0.88 | 3.257 | 0.92 | 4.04 | 0.045 * |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.657 | 0.82 | 3.568 | 0.84 | 0.92 | 0.337 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.378 | 0.75 | 3.169 | 0.88 | 5.28 | 0.022 * |
| การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | 3.785 | 0.75 | 3.737 | 0.79 | 0.31 | 0.577 |
| การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | 3.093 | 0.92 | 2.939 | 0.95 | 2.16 | 0.142 |
| ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | 2.948 | 0.94 | 2.784 | 0.94 | 2.43 | 0.120 |
| โทรศัพท์สาธารณะ | 3.163 | 0.97 | 3.034 | 0.96 | 1.41 | 0.236 |
| สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | 3.523 | 0.95 | 3.284 | 1.15 | 4.16 | 0.042 * |
| เสียง/ความเงียบสงบ | 3.052 | 1.06 | 2.858 | 1.04 | 2.72 | 0.100 |
| แสงสว่างในห้องพัก | 3.174 | 1.08 | 2.932 | 1.06 | 4.07 | 0.045 * |
| การดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆของการเคหะ | 3.686 | 0.72 | 3.534 | 0.80 | 3.19 | 0.075 |
| การดูแลความสะดวก | 2.907 | 1.00 | 2.742 | 0.92 | 2.30 | 0.130 |
| ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | 3.047 | 1.11 | 2.804 | 1.04 | 4.03 | 0.046 * |
| ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | 3.000 | 1.14 | 2.831 | 1.10 | 1.80 | 0.181 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 2.861 | 1.15 | 2.939 | 1.10 | 0.39 | 0.533 |
| ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า | 3.087 | 1.06 | 2.838 | 1.09 | 4.25 | 0.040 * |
| ค่าใช้จ่าย/ความสะดวกในการซ่อมบำรุง | 3.384 | 0.83 | 3.189 | 0.89 | 4.07 | 0.045 * |
| การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ | 2.855 | 0.85 | 2.791 | 0.90 | 0.43 | 0.513 |
| | 2.773 | 0.99 | 2.608 | 1.01 | 2.16 | 0.143 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 40 ความพึงพอใจในการเข้าเมื่อพิจารณาตามอายุ

| รายการ | อายุ(ปี) | | | | | | F | Sig. |
|---|------------|------|-----------|------|-----------|------|------|----------|
| | ต่ำกว่า 25 | | 25 - 34 | | 35 ขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ | 3.729 | 0.74 | 3.472 | 0.79 | 3.333 | 0.67 | 4.56 | 0.011 * |
| การวางผังโครงการ | 3.661 | 0.71 | 3.528 | 0.67 | 3.569 | 0.67 | 0.85 | 0.427 |
| ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นอาคาร | 3.576 | 0.77 | 3.376 | 0.70 | 3.250 | 0.71 | 3.38 | 0.035 * |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.695 | 0.73 | 3.427 | 0.76 | 3.250 | 0.95 | 5.05 | 0.007 ** |
| การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.186 | 0.92 | 3.214 | 0.78 | 2.972 | 0.82 | 2.29 | 0.103 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.509 | 0.80 | 3.410 | 0.79 | 3.236 | 0.80 | 2.09 | 0.126 |
| การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.237 | 1.07 | 3.225 | 0.77 | 3.083 | 0.71 | 0.86 | 0.426 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.407 | 0.93 | 3.421 | 0.91 | 3.222 | 0.88 | 1.30 | 0.275 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.695 | 0.93 | 3.601 | 0.85 | 3.556 | 0.73 | 0.46 | 0.629 |
| สาธารณูปโภค/โนโครงการ | 3.305 | 0.68 | 3.303 | 0.84 | 3.194 | 0.87 | 0.49 | 0.612 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.729 | 0.78 | 3.775 | 0.78 | 3.736 | 0.75 | 0.11 | 0.892 |
| การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | 3.085 | 0.90 | 3.107 | 0.89 | 2.764 | 1.05 | 3.62 | 0.028 * |
| การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | 3.102 | 0.96 | 2.860 | 0.91 | 2.681 | 0.98 | 3.31 | 0.038 |
| ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | 3.136 | 1.01 | 3.157 | 0.96 | 2.958 | 1.01 | 1.09 | 0.338 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 40 (ต่อ)

| รายการ | อายุ(ปี) | | | | | | F | Sig. |
|------------------------------------|------------|------|-----------|------|-----------|------|-------|----------|
| | ต่ำกว่า 25 | | 25 - 34 | | 35ขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| โทรศัพท์สาธารณะ | 3.424 | 1.05 | 3.489 | 0.98 | 3.250 | 1.20 | 1.33 | 0.266 |
| สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | 3.220 | 1.16 | 3.011 | 1.03 | 2.639 | 1.01 | 5.40 | 0.005 ** |
| เสียง/ความเงียบสงบ | 3.034 | 1.14 | 3.214 | 1.03 | 2.764 | 1.07 | 4.65 | 0.010 ** |
| แสงสว่างในห้องพัก | 3.627 | 0.81 | 3.674 | 0.73 | 3.514 | 0.79 | 1.14 | 0.321 |
| การดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆของการเคหะ | 2.763 | 1.02 | 2.955 | 0.96 | 2.570 | 0.90 | 4.34 | 0.014 * |
| การดูแลความสะอาด | 2.881 | 1.08 | 3.062 | 1.10 | 2.653 | 1.00 | 3.82 | 0.023 * |
| ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | 2.814 | 1.18 | 3.000 | 1.13 | 2.861 | 1.07 | 0.80 | 0.451 |
| ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | 2.763 | 1.15 | 3.107 | 1.09 | 2.431 | 1.06 | 10.21 | 0.000 ** |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 2.780 | 0.91 | 3.101 | 1.07 | 2.667 | 1.07 | 5.06 | 0.007 ** |
| ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า | 3.237 | 0.80 | 3.444 | 0.86 | 2.958 | 0.90 | 8.42 | 0.000 ** |
| ค่าใช้จ่าย/ความสะดวกในการซ่อมบำรุง | 2.729 | 0.91 | 2.921 | 0.89 | 2.625 | 0.81 | 3.31 | 0.038 * |
| การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ | 2.746 | 0.99 | 2.826 | 1.02 | 2.306 | 0.88 | 7.24 | 0.001 ** |

สถานภาพการสมรส

H_0 = ความพึงพอใจในการเช่า ของผู้มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรสไม่แตกต่างกัน

H_1 = ความพึงพอใจในการเช่า ของผู้มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรสแตกต่างกัน
กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

พบว่าผู้ที่เป็นโสดและผู้ผ่านการสมรสแล้ว มีความพึงพอใจในการเช่าในระดับที่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในเรื่องที่จอดรถและรถจักรยานยนต์ พบว่ามีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าผู้ที่ผ่านการสมรสแล้วมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่เป็นโสด (ตารางที่ 41)

ระดับการศึกษาสูงสุด

H_0 = ความพึงพอใจในการเช่า ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษา ที่มีความพึงพอใจในการเช่า แตกต่างกัน
กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

พบว่าความพึงพอใจของผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายถึงอนุปริญญา และผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความพึงพอใจไม่ความแตกต่างกัน ยกเว้นในเรื่องรูปแบบ/ขนาดและความหนาแน่นของโครงการ มีความแตกต่าง ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า ผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาที่สูงกว่าอย่างเห็นได้ชัด (ตารางที่ 42)

ตารางที่ 41 ความพึงพอใจในการเช่าเมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส

| รายการ | สถานภาพสมรส | | | | F | Sig. |
|---|-------------|------|-------------|------|------|--------|
| | โสด | | ผ่านการสมรส | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ | 3.509 | 0.73 | 3.437 | 0.80 | 0.71 | 0.402 |
| การวางผังโครงการ | 3.556 | 0.68 | 3.563 | 0.67 | 0.01 | 0.929 |
| ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นในอาคาร | 3.385 | 0.74 | 3.364 | 0.71 | 0.06 | 0.802 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.497 | 0.76 | 3.364 | 0.84 | 2.20 | 0.139 |
| การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.166 | 0.83 | 3.146 | 0.82 | 0.05 | 0.8229 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.379 | 0.79 | 3.384 | 0.80 | 0.00 | 0.951 |
| การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.189 | 0.83 | 3.192 | 0.80 | 0.00 | 0.976 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.249 | 0.94 | 3.500 | 0.84 | 6.12 | 0.014* |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.544 | 0.89 | 3.700 | 0.76 | 2.65 | 0.104 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.201 | 0.82 | 3.371 | 0.81 | 3.47 | 0.063 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.716 | 0.82 | 3.815 | 0.72 | 1.30 | 0.255 |
| การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | 3.065 | 0.96 | 2.974 | 0.91 | 0.77 | 0.383 |
| การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | 2.923 | 0.96 | 2.815 | 0.92 | 1.06 | 0.303 |
| ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | 3.053 | 0.95 | 3.159 | 0.99 | 0.95 | 0.331 |
| โทรศัพท์สาธารณะ | 3.408 | 1.07 | 3.417 | 1.04 | 0.01 | 0.940 |
| สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | 2.888 | 1.05 | 3.046 | 1.05 | 1.82 | 0.178 |
| เสียง/ความเงียบสงบ | 3.124 | 1.08 | 2.993 | 1.07 | 1.18 | 0.278 |
| แสงสว่างในห้องพัก | 3.544 | 0.74 | 3.695 | 0.78 | 3.14 | 0.077 |
| การดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆของการเคหะ | 2.882 | 0.95 | 2.775 | 0.98 | 0.98 | 0.324 |
| การดูแลความสะอาด | 2.917 | 1.11 | 2.954 | 1.05 | 0.09 | 0.764 |
| ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | 2.876 | 1.17 | 2.974 | 1.07 | 0.60 | 0.438 |
| ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | 2.970 | 1.16 | 2.815 | 1.08 | 1.53 | 0.217 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.077 | 1.05 | 2.854 | 1.11 | 3.39 | 0.067 |
| ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า | 3.349 | 0.83 | 3.232 | 0.90 | 1.47 | 0.226 |
| ค่าใช้จ่าย/ความสะดวกในการซ่อมบำรุง | 2.823 | 0.90 | 2.828 | 0.85 | 0.00 | 0.957 |
| การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ | 2.757 | 1.04 | 2.629 | 0.96 | 1.30 | 0.255 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 42 ความพึงพอใจในการเข้าเมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด

| รายการ | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | | | | F | Sig. |
|---|---------------------|------|-----------------------------|------|-----------------|------|------|---------|
| | มัธยมศึกษาต่ำกว่า | | มัธยมศึกษาตอนปลาย-อนุปริญญา | | ปริญญาตรีขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ | 3.137 | 0.78 | 3.555 | 0.80 | 3.520 | 0.68 | 6.21 | 0.002** |
| การวางผังโครงการ | 3.373 | 0.72 | 3.630 | 0.68 | 3.553 | 0.63 | 2.80 | 0.062 |
| ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นในอาคาร | 3.177 | 0.77 | 3.404 | 0.70 | 3.423 | 0.72 | 2.33 | 0.099 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.235 | 0.91 | 3.473 | 0.77 | 3.472 | 0.78 | 1.88 | 0.154 |
| การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.078 | 0.77 | 3.212 | 0.86 | 3.122 | 0.80 | 0.67 | 0.511 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.275 | 0.78 | 3.445 | 0.81 | 3.350 | 0.77 | 1.04 | 0.354 |
| การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.157 | 0.70 | 3.67 | 0.82 | 3.114 | 0.84 | 1.24 | 0.291 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.255 | 0.80 | 3.384 | 0.93 | 3.390 | 0.92 | 0.46 | 0.634 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.608 | 0.67 | 3.569 | 0.86 | 3.675 | 0.85 | 0.55 | 0.578 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.235 | 0.68 | 3.226 | 0.84 | 3.366 | 0.84 | 1.08 | 0.342 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.529 | 0.78 | 3.795 | 0.75 | 3.821 | 0.78 | 2.84 | 0.060 |
| การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | 2.824 | 0.93 | 3.034 | 0.94 | 3.089 | 0.92 | 1.49 | 0.228 |
| การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | 2.667 | 0.93 | 2.904 | 0.93 | 2.919 | 0.95 | 1.46 | 0.234 |
| ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | 3.098 | 1.04 | 3.144 | 0.92 | 3.057 | 0.99 | 0.27 | 0.765 |

ตารางที่ 42 (ต่อ)

| รายการ | ระดับการศึกษาสูงสุด | | | | | | F | Sig. |
|------------------------------------|---------------------|------|-------------------------|------|-----------------|------|------|-------|
| | มัธยมต้นต่ำกว่า | | มัธยมปลาย- อนุปริญญา | | ปริญญาตรีขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| โทรศัพท์สาธารณะ | 3.490 | 1.07 | 3.384 | 1.10 | 3.415 | 1.00 | 0.19 | 0.824 |
| สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | 2.686 | 0.99 | 2.959 | 1.10 | 3.081 | 1.00 | 2.56 | 0.079 |
| เสียง/ความเงียบสงบ | 2.804 | 0.89 | 3.103 | 1.03 | 3.122 | 1.18 | 1.77 | 0.171 |
| แสงสว่างในห้องพัก | 3.510 | 0.73 | 3.623 | 0.78 | 3.650 | 0.76 | 0.62 | 0.536 |
| การดูแลแก้ไขปัญหาต่างของการเคหะ | 2.706 | 0.86 | 2.829 | 1.03 | 2.886 | 0.93 | 0.63 | 0.534 |
| การดูแลความสะอาด | 2.726 | 0.98 | 2.952 | 1.07 | 3.000 | 1.13 | 1.20 | 0.303 |
| ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | 2.882 | 0.95 | 2.932 | 1.14 | 2.927 | 1.18 | 0.04 | 0.963 |
| ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | 2.667 | 1.03 | 2.870 | 1.15 | 3.024 | 1.13 | 1.91 | 0.150 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 2.863 | 1.22 | 2.973 | 1.09 | 3.016 | 1.02 | 0.36 | 0.698 |
| ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า | 3.118 | 0.74 | 3.336 | 0.92 | 3.317 | 0.84 | 1.28 | 0.280 |
| ค่าใช้จ่าย/ความสะดวกในการซ่อมบำรุง | 2.784 | 0.88 | 2.822 | 0.88 | 2.846 | 0.86 | 0.09 | 0.914 |
| การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ | 2.431 | 0.94 | 2.808 | 1.01 | 2.675 | 1.01 | 2.74 | 0.066 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ครัวเรือน

H_0 = ความพึงพอใจในการเช่า ของแต่ละกลุ่มรายได้ครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มรายได้ครัวเรือน ที่มีความพึงพอใจในการเช่า แตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

จากความพึงพอใจของผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน, ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือน 10,000-19,999 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในเรื่อง สาธารณูปโภคในโครงการ มีความแตกต่าง ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าเรื่องสาธารณูปโภคในโครงการ ความพึงพอใจของผู้ที่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่าอย่างชัดเจน และพบว่าในเรื่องที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ สภาพแวดล้อมของโครงการ ความสะดวกในการคมนาคม และแสงสว่างในห้องพัก มีความแตกต่าง ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ สภาพแวดล้อมของโครงการ สาธารณูปโภคในโครงการ ของผู้ที่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อเรื่องความสะดวกในการคมนาคม และแสงสว่างในห้องพัก ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนมีความพึงพอใจในทั้ง 2 รายการนี้น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนสูงกว่า (ตารางที่ 43)

จำนวนผู้อยู่อาศัย

H_0 = ความพึงพอใจในการเช่า ของแต่ละกลุ่มจำนวนผู้อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มจำนวนผู้อยู่อาศัย ที่มีความพึงพอใจในการเช่า แตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่อยู่อาศัย 1-2 คนต่อห้อง, อยู่อาศัย 3 คนต่อห้อง และอยู่อาศัย 4-6 คนต่อห้อง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในเรื่องขนาดและรูปแบบของห้องพัก มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจแล้ว พบว่าผู้บริโภคที่อยู่อาศัย 1-2 คนต่อห้องมีความพึงพอใจสูงอย่างชัดเจนกว่า

ตารางที่ 43 ความพึงพอใจในการเข้าเมื่อพิจารณาตามรายได้

| รายการ | รายได้(บาท) | | | | | | F | Sig. |
|---|---------------|------|---------------|------|--------------|------|------|----------|
| | ต่ำกว่า10,000 | | 10,000-19,999 | | 20,000ขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| รูปแบบ/ขนาด/ความเหมาะสมของโครงการ | 3.379 | 0.73 | 3.496 | 0.77 | 3.525 | 0.80 | 0.95 | 0.388 |
| การวางผังโครงการ | 3.484 | 0.71 | 3.560 | 0.61 | 3.638 | 0.72 | 1.13 | 0.326 |
| ลักษณะ/ขนาด/ความเหมาะสมในอาคาร | 3.263 | 0.75 | 3.368 | 0.68 | 3.488 | 0.71 | 2.17 | 0.116 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.316 | 0.82 | 3.528 | 0.72 | 3.413 | 0.79 | 2.07 | 0.128 |
| การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคารห้องพัก | 3.084 | 0.83 | 3.152 | 0.78 | 3.275 | 0.78 | 1.26 | 0.285 |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.253 | 0.71 | 3.480 | 0.78 | 3.425 | 0.76 | 2.55 | 0.080 |
| การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.179 | 0.85 | 3.184 | 0.82 | 3.288 | 0.75 | 0.50 | 0.607 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.232 | 0.80 | 3.360 | 0.99 | 3.588 | 0.81 | 3.56 | 0.030 * |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.621 | 0.69 | 3.520 | 0.89 | 3.850 | 0.73 | 4.29 | 0.015 * |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.190 | 0.70 | 3.256 | 0.81 | 3.550 | 0.76 | 5.41 | 0.005 ** |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.600 | 0.69 | 3.904 | 0.77 | 3.813 | 0.83 | 4.39 | 0.013 * |
| การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | 2.958 | 0.85 | 3.080 | 0.92 | 3.125 | 0.97 | 0.82 | 0.442 |
| การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | 2.821 | 0.93 | 2.896 | 0.93 | 3.000 | 0.95 | 0.79 | 0.454 |
| ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | 3.053 | 0.88 | 3.120 | 0.91 | 3.175 | 1.12 | 0.36 | 0.701 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 43 (ต่อ)

| รายการ | รายได้(บาท) | | | | | | F | Sig. |
|---|---------------|------|---------------|------|--------------|------|------|--------|
| | ต่ำกว่า10,000 | | 10,000-19,999 | | 20,000ขึ้นไป | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| โทรศัพท์สาธารณะ | 3.295 | 1.05 | 3.616 | 1.02 | 3.400 | 0.92 | 2.93 | 0.055 |
| สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | 2.800 | 1.02 | 3.040 | 1.04 | 3.150 | 1.03 | 2.72 | 0.068 |
| เสียง/ความเงียบสงบ | 3.053 | 1.00 | 3.176 | 1.02 | 3.063 | 1.15 | 0.47 | 0.628 |
| แสงสว่างในห้องพัก | 3.474 | 0.78 | 3.728 | 0.71 | 3.725 | 0.73 | 3.81 | 0.023* |
| การดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆของการคณะ | 2.726 | 0.94 | 2.944 | 1.01 | 2.850 | 0.94 | 1.36 | 0.259 |
| การดูแลความสะอาด | 2.853 | 1.08 | 3.048 | 1.13 | 2.938 | 1.00 | 0.90 | 0.407 |
| ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | 2.884 | 1.04 | 3.024 | 1.22 | 2.913 | 1.02 | 0.49 | 0.615 |
| ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | 2.790 | 1.08 | 3.008 | 1.13 | 2.988 | 1.17 | 1.15 | 0.320 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 2.905 | 1.19 | 3.112 | 0.98 | 2.988 | 0.96 | 1.09 | 0.337 |
| ความสะอาด/ความสะอาดในการชำระเงินค่าเช่า | 3.179 | 0.84 | 3.344 | 0.86 | 3.363 | 0.90 | 1.30 | 0.275 |
| ค่าใช้จ่าย/ความสะดวกในการซ่อมบำรุง | 2.726 | 0.86 | 2.928 | 0.92 | 2.825 | 0.81 | 1.46 | 0.234 |
| การให้บริการของเจ้าหน้าที่การคณะฯ | 2.642 | 1.01 | 2.808 | 1.04 | 2.688 | 0.96 | 0.80 | 0.451 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ที่อยู่อาศัยในห้องที่มีผู้อยู่อาศัยมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่อยู่อาศัยในห้องที่มีผู้อยู่อาศัยน้อยจะมีความแออัดน้อยกว่าจึงมีความพึงพอใจสูงกว่า และพบว่าในเรื่อง รูปแบบ/ขนาดและความหนาแน่นของโครงการ ขนาดและรูปแบบของห้องพัก การก่อสร้างและวัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก และการดูแลความสะอาด มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจแล้ว พบว่า ผู้ที่อยู่อาศัย 4-6 คนต่อห้อง มีความพึงพอใจในทุกรายการที่กล่าวมาต่ำกว่าผู้ที่อยู่อาศัยในห้องที่มีผู้อยู่อาศัยน้อยกว่า ทั้งนี้อาจเกิดจากการที่มีผู้อยู่อาศัยมากทำให้มีความแออัดมากกว่า และทำให้ความพึงพอใจในเรื่องที่กล่าวมาแล้วน้อยกว่าผู้ที่อยู่อาศัย 1-3 คนต่อห้อง (ตารางที่ 44)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจโดยภาพรวม

ได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังต่อไปนี้

เพศ

H_0 = ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า ของชายและหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 = ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า ของชายและหญิงแตกต่างกัน

อายุ

H_0 = ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า ของแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุ ที่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส

H_0 = ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า ของผู้มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรส ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า ของผู้มีสถานภาพโสดกับผู้ที่ผ่านการสมรส แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาสูงสุด

H_0 = ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษา ที่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 44 ความพึงพอใจในการเข้าเมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้อยู่อาศัย

| รายการ | จำนวนผู้อยู่อาศัย(คน) | | | | | | F | Sig. |
|---|-----------------------|------|-----------|------|-----------|------|------|----------|
| | 1-2 | | 3 | | 4-6 | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ | 3.566 | 0.75 | 3.448 | 0.78 | 3.259 | 0.74 | 3.64 | 0.027 * |
| การวางผังโครงการ | 3.608 | 0.66 | 3.479 | 0.63 | 3.552 | 0.78 | 1.12 | 0.326 |
| ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นในอาคาร | 3.440 | 0.71 | 3.302 | 0.73 | 3.310 | 0.75 | 1.39 | 0.251 |
| ขนาด/รูปแบบห้องพัก | 3.566 | 0.76 | 3.313 | 0.81 | 3.259 | 0.85 | 4.87 | 0.008 ** |
| การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | 3.271 | 0.84 | 3.042 | 0.81 | 3.017 | 0.76 | 3.42 | 0.034 * |
| ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | 3.428 | 0.76 | 3.281 | 0.85 | 3.414 | 0.77 | 1.10 | 0.333 |
| การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | 3.241 | 0.76 | 3.083 | 0.89 | 3.224 | 0.82 | 1.20 | 0.302 |
| ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | 3.385 | 0.96 | 3.333 | 0.85 | 3.362 | 0.83 | 0.10 | 0.903 |
| สภาพแวดล้อมของโครงการ | 3.633 | 0.85 | 3.531 | 0.81 | 3.707 | 0.82 | 0.88 | 0.416 |
| สาธารณูปโภคในโครงการ | 3.349 | 0.87 | 3.349 | 0.75 | 3.086 | 0.76 | 2.25 | 0.107 |
| ความสะดวกในการคมนาคม | 3.825 | 0.74 | 3.825 | 0.68 | 3.586 | 0.97 | 2.08 | 0.127 |
| การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | 3.048 | 0.93 | 3.048 | 0.96 | 2.966 | 0.92 | 0.18 | 0.838 |
| การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | 2.892 | 0.95 | 2.892 | 0.92 | 2.914 | 0.96 | 0.28 | 0.753 |
| ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | 3.151 | 0.95 | 3.151 | 1.00 | 3.000 | 0.97 | 0.55 | 0.580 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 44 (ต่อ)

| รายการ | จำนวนผู้อยู่อาศัย(คน) | | | | | | F | Sig. |
|------------------------------------|-----------------------|------|-----------|------|-----------|------|------|---------|
| | 1-2 | | 3 | | 4-6 | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| โทรทัศน์สาธารณะ | 3.464 | 1.04 | 3.302 | 1.07 | 3.448 | 1.06 | 0.76 | 0.470 |
| สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | 2.958 | 1.02 | 3.010 | 1.02 | 2.897 | 1.19 | 0.21 | 0.808 |
| เสียง/ความสงบ | 3.030 | 1.06 | 2.990 | 1.13 | 3.276 | 1.01 | 1.44 | 0.238 |
| แสงสว่างในห้องพัก | 3.615 | 0.74 | 3.625 | 0.81 | 3.603 | 0.75 | 0.02 | 0.985 |
| การดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆของการเคหะ | 2.831 | 0.91 | 2.948 | 1.06 | 2.638 | 0.95 | 1.88 | 0.155 |
| การดูแลความสะอาด | 3.024 | 1.04 | 2.990 | 1.18 | 2.586 | 0.97 | 3.76 | 0.024 * |
| ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | 2.934 | 1.14 | 2.948 | 1.17 | 2.845 | 1.01 | 0.17 | 0.843 |
| ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | 2.910 | 1.10 | 2.823 | 1.21 | 2.983 | 1.05 | 0.39 | 0.680 |
| ราคาค่าเช่า/เดือน | 3.036 | 1.08 | 2.844 | 1.04 | 3.000 | 1.15 | 0.98 | 0.376 |
| ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า | 3.361 | 0.86 | 3.198 | 0.89 | 3.259 | 0.83 | 1.15 | 0.319 |
| ค่าใช้จ่าย/ความสะดวกในการซ่อมบำรุง | 2.837 | 0.84 | 2.823 | 0.94 | 2.793 | 0.85 | 0.06 | 0.946 |
| การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ | 2.753 | 1.02 | 2.667 | 1.02 | 2.586 | 0.94 | 0.65 | 0.521 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ครัวเรือน

H_0 = ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่า ของแต่ละกลุ่มรายได้ครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มรายได้ครัวเรือน ที่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่าแตกต่างกัน

จำนวนผู้อยู่อาศัย

H_0 = ความพึงพอใจในโดยภาพรวมการเช่า ของแต่ละกลุ่มจำนวนผู้อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน

H_1 = มีอย่างน้อย 2 กลุ่มจำนวนผู้อยู่อาศัย ที่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่าแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.01 และ 0.05

จากการศึกษาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) หรือค่าสถิติ F-Test โดยทดสอบกับตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือน และจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า ตัวแปรที่ทำให้มีความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยภาพรวม ได้แก่ อายุ (ตารางที่ 45)

และเมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดของกลุ่มอายุต่าง ๆ จะพบว่ากลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป จะมีความพึงพอใจต่ำกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า และมีแนวโน้มที่แสดงว่าผู้บริโภครายที่มีอายุมากมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจน้อยลงตามลำดับ (ตารางที่ 46)

ตารางที่ 45 การทดสอบความแปรปรวน(ANOVA)ของความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเข้ากับ
ตัวแปรอิสระ

| ตัวแปรอิสระ | F | Sig. |
|---------------------|-------|---------|
| เพศ | 0.039 | 0.844 |
| อายุ | 3.140 | 0.045 * |
| สถานะภาพการสมรส | 0.802 | 0.371 |
| ระดับการศึกษาสูงสุด | 0.240 | 0.787 |
| รายได้ครัวเรือน | 0.359 | 0.698 |
| จำนวนผู้อยู่อาศัย | 0.404 | 0.668 |

ตารางที่ 46 ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเข้าเมื่อพิจารณาตามอายุ

| อายุ(ปี) | \bar{X} | S.D. |
|------------|-----------|-------|
| ต่ำกว่า 25 | 3.509 | 0.626 |
| 25-34 | 3.337 | 0.619 |
| 35 ขึ้นไป | 3.194 | 0.959 |
| รวม | 3.337 | 0.719 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ดำเนินการโดยการเคหะแห่งชาติ เป็นโครงการอาคารเช่าพักอาศัย (Flat) สำหรับผู้มีรายได้น้อยในเมืองที่ยังไม่มีความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองได้ในอัตราค่าเช่าที่สามารถรองรับได้ ประกอบด้วยอาคารเช่า สูง 5 ชั้น จำนวน 10 อาคาร รวม 1,726 หน่วย ขนาดพื้นที่ห้องประมาณ 31 ตารางเมตรต่อห้อง มีราคาค่าเช่าระหว่าง 1,900-2,300 บาทต่อเดือน โดยเปิดให้จองห้องในเดือนสิงหาคม 2540 โดยมีผู้จองห้องพักเต็มทุกหน่วย และเปิดให้เข้าอยู่อาศัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2540 เป็นต้นมา แต่ก็มีกรณีโอนสิทธิ์และยกเลิกสิทธิ์เช่าไปบางส่วน แต่ก็มีผู้ต้องการเช่าห้องพักมาเช่าอยู่ตลอด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคซึ่งเช่าอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ โดยมีกรณีวิเคราะห์ความสัมพันธ์ถึงความแตกต่างเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระต่าง ๆ ต่อทัศนคติและความพึงพอใจ

การศึกษาได้ใช้วิธีการสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของผู้เช่า

ลักษณะผู้เช่าที่ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย ส่วนใหญ่มีอายุ 24-35 ปี อายุเฉลี่ยประมาณ 31 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพส่วนใหญ่เป็นโสด มีรายได้ครัวเรือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 5,000 บาทถึง 14,999 บาทต่อเดือน รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยประมาณ 14,000 บาทต่อเดือน โดยส่วนมากทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่มาเช่าในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์จะเป็นคนรุ่นใหม่อายุยังไม่มาก เป็นผู้ที่มีการศึกษา และอยู่ในระหว่างการสร้างตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการอยู่อาศัยของผู้เช่า

ในด้านของการอยู่อาศัย พบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่อาศัยกันห้องละ 2-3 คน โดยเฉลี่ยแล้วห้องหนึ่งจะมีผู้พักอาศัย 2.66 คน ส่วนใหญ่อยู่อาศัยมานานกว่า 1 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่เช่าเป็นมือแรกจากการเคหะแห่งชาติ และใช้ห้องพักที่เช่ามาเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยหลักหรืออยู่อาศัยประจำ โดยส่วนใหญ่แล้วพบว่าทราบข่าวของโครงการจากบุคคลมากกว่าสื่อโฆษณาต่างๆ แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะผู้เช่าเป็นมือแรกจากการเคหะแห่งชาติ มีสัดส่วนของการรับรู้จากสื่อโฆษณาประเภทป้ายโฆษณาเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังน้อยกว่าส่วนที่รับรู้จากบุคคล ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการคาดการณ์เกี่ยวกับระยะเวลาที่จะพักอาศัยต่อไปในโครงการนี้

ส่วนใหญ่แล้วผู้เช่าต้องออกไปทำงานหรือไปศึกษาภายนอก โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทาง 1 ชั่วโมงหรือน้อยกว่า และส่วนใหญ่ใช้รถรับจ้างประจำทางเป็นพาหนะในการเดินทาง ผู้พักอาศัยนิยมที่จะเลือกชั้นที่พักอาศัยในชั้นที่ 1-3 มากกว่าชั้นอื่น ๆ เมื่อพิจารณาร่วมกับชั้นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันพบว่า ส่วนใหญ่อยู่อาศัยที่ชั้นใดก็มักนิยมในชั้นนั้น ๆ อยู่แล้ว

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเช่าพักอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเช่าอยู่ในเกณฑ์มากเป็นส่วนใหญ่ ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการคมนาคม และสภาพแวดล้อมของโครงการ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในส่วนของผลิตภัณฑ์ สำหรับการให้ความสำคัญของทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการคมนาคมนั้น สอดคล้องกับระยะเวลาการเดินทางของผู้อยู่อาศัยที่ใช้เวลาเดินทางส่วนใหญ่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ส่วนปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาของโครงการ การประชาสัมพันธ์ของโครงการ ซึ่งอยู่ในส่วนของการส่งเสริมการตลาด และการให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย ซึ่งอยู่ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ได้แก่ เรื่องของทำเลที่ตั้ง และเรื่องความสะดวกในการคมนาคมนั้นสอดคล้องกับการตรวจและศึกษาเอกสารในอดีต ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาของ Brain J.L Berry and frank E. Horton (1973) ที่ระบุว่าที่ตั้งของที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยพื้นฐานของการเลือกที่อยู่อาศัย การศึกษาของ William Alongso (1975) ที่ศึกษาว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกที่อยู่อาศัยพิจารณาปัจจัย 3 ประการ ซึ่งหนึ่งในจำนวนนั้นคือที่ตั้งที่อยู่อาศัยสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและระยะทางที่ทำงานด้วย ซึ่งจะได้จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่ผู้อยู่อาศัยใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 1 ชั่วโมงไปทำงานหรือไปศึกษา

นอกจากนี้ประเด็นเรื่องทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการคมนาคมยังสอดคล้องกับการศึกษาของเดชะ (2530) กับถนอม (2534) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ทางด้านอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยนี้สิ่งที่สำคัญมากก็คือทำเลที่ตั้งของโครงการ ซึ่งจะส่งผลไปถึงการพิจารณาตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยต่อไป

ส่วนทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความเหมาะสมของการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เรื่องที่ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นว่าเหมาะสมเป็นลำดับแรกได้แก่ เรื่องความเหมาะสมของสำนักงานขาย ส่วนที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหมาะสมเป็นลำดับสุดท้ายได้แก่ การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย

ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเช่า

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเช่าพักอาศัยในโครงการเคหะนวมินทร์ พบว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจในการเช่า เมื่อแสดงเป็นรายการย่อยอยู่ในเกณฑ์ปานกลางเป็นส่วนใหญ่ รายการที่ผู้เช่ามีความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการคมนาคม แสงสว่างในห้องพัก และสภาพแวดล้อมของโครงการตามลำดับ ส่วนที่ผู้บริโภคมุ่งพอใจน้อยที่สุด 3 ลำดับได้แก่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะแห่งชาติ ค่าใช้จ่ายและความสะดวกของการบริการซ่อมบำรุง และการดูแลแก้ไขปัญหาของการเคหะแห่งชาติ ส่วนความพึงพอใจโดยภาพรวมในการเช่าพักอาศัยในโครงการเคหะนวมินทร์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ครัวเรือน การเช่าและระยะเวลาเดินทาง กับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปรอิสระพบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภครทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยเรื่อง สาธารณูปโภคในโครงการ และการบริหารโครงการหรือชุมชน หลังการขายที่เพศชายให้ความสำคัญมากกว่าเพศหญิงอย่างชัดเจน และปัจจัยเรื่อง ทำเลที่ตั้ง การวางผังโครงการ วัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ สภาพแวดล้อมของโครงการ ที่เพศชายให้ความสำคัญมากกว่าเพศหญิงอย่างค่อนข้างชัดเจน ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากเพศชายต้องสัมผัสกับเรื่องเหล่านี้มากกว่าเพศหญิง

เมื่อพิจารณาตามอายุ โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภครที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปจะให้ความสำคัญกับปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี โดยเฉพาะที่น้อยกว่าอย่างมาก ได้แก่ ลักษณะ/รูปแบบและขนาดอาคาร ขนาดและรูปแบบของห้องพัก ขนาดและรูปแบบของห้องน้ำ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า ความสะดวกในการติดต่อเช่า การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโครงการ และความเชื่อถือเจ้าของโครงการ และที่น้อยกว่าค่อนข้างมากได้แก่ วัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย ราคาเช่าต่อเดือน ทั้งนี้อาจจะมาจากผู้ที่มีอายุมากมักจะไม่ค่อยสนใจเรื่องต่าง ๆ มากเท่าผู้ที่มีอายุน้อย

สำหรับสถานภาพการสมรส พบว่าผู้บริโภครที่เป็นโสดและผ่านการสมรสแล้ว มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมากในประเด็น รูปแบบและขนาดของห้องพัก ความสะดวกในการติดต่อเช่า การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ โดยทุกปัจจัยที่กล่าวมาผู้ที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่าผู้ที่ผ่านการสมรสแล้วอย่างชัดเจน และมีความแตกต่างกันในประเด็น ลักษณะ/รูปแบบและขนาดอาคารวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำขนาดและรูปแบบของห้องน้ำราคาเช่าต่อเดือนและความเชื่อถือเจ้าของโครงการโดยทุกปัจจัยที่กล่าวมาผู้ที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่าผู้ที่ผ่านการสมรสแล้ว

ในด้านของระดับการศึกษา พบว่าผู้บริโภครที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับที่ต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าในปัจจัยทั้งหมด แต่ที่ต่ำกว่าอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ ลักษณะ/รูปแบบและขนาดโครงการ การวางผังโครงการ-สภาพแวดล้อมโครงการ การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย ความสะดวกในการติดต่อเช่า การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การโฆษณาของโครงการ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ และความเชื่อถือเจ้าของโครงการ ซึ่งต่ำกว่าอย่างชัดเจน และปัจจัยเรื่อง ทำเลที่ตั้ง สาธารณูปโภคในโครงการ และความสะดวกในการคมนาคม พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภครู้จักการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับที่ต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า เป็นการบ่งบอกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่อนข้างน้อยจะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ในด้านส่วนประสมทางการตลาดน้อย ซึ่งอาจมาจากการที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในปัจจัยต่างๆ น้อยกว่า

เมื่อพิจารณาถึงรายได้ พบว่า โดยทั่วไปแล้วทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน กลุ่มผู้มีรายได้ระหว่าง 10,000-19,999 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ยกเว้นในปัจจัยเรื่องที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ มีทัศนคติแตกต่างกันมาก โดยที่ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จะให้ความสำคัญในปัจจัยดังกล่าวน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากแนวโน้มของสัดส่วนของการมีพาหนะส่วนตัวของผู้ที่มีรายได้สูง มีสัดส่วนมากขึ้นทำให้ผู้ที่มีรายได้สูงให้ความสนใจต่อประเด็นเหล่านี้มากขึ้น และพบว่าในปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้ง การวางผังโครงการและความสะดวกในการคมนาคม ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จะให้ความสำคัญในปัจจัยดังกล่าวน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้สูง ทั้งนี้อาจเกิดจากผู้มีรายได้ต่ำสนใจเพียงแค่ว่าขอให้มีที่อยู่อาศัย และพบว่าในปัจจัยเรื่องขนาดและรูปแบบของห้องน้ำ ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนระหว่าง 10,000-19,999 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่รายได้ระดับอื่น

ในด้านของการเช่า พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่เช่าจากการเคหะแห่งชาติกับผู้เช่าโดยชื่อสิทธิ์จากผู้เช่าเดิม พบว่า มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ยกเว้นในเรื่องทำเลที่ตั้ง การให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การโฆษณาของโครงการ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของโครงการ ที่ผู้บริโภคที่เช่าจากการเคหะแห่งชาติให้ความสำคัญมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการโฆษณาของโครงการ ผู้บริโภคที่เช่าจากการเคหะแห่งชาติให้ความสำคัญมากกว่ามาก ทั้งนี้จะมาจากเนื่องจากการให้ข้อมูลและการบริการของพนักงานขาย การโฆษณาของโครงการ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการมาจากการบริการและการทำงานเฉพาะของการเคหะแห่งชาติ ผู้บริโภคที่ชื่อสิทธิ์ต่อจากคนอื่นนั้นแทบไม่ได้ยุ่งเกี่ยวและใช้บริการในส่วนนี้เลย ส่วนปัจจัยเรื่องวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำนั้นผู้เช่าที่เช่าสิทธิ์ต่อจากผู้เช่าเดิมให้ความสำคัญมากกว่า

สำหรับการศึกษาทัศนคติผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับระยะเวลาการเดินทาง พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมงลงมากับผู้บริโภคที่ใช้เวลาเดินทางมากกว่า 1 ชั่วโมง พบว่า โดยรวมแล้วมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน แต่ยกเว้นเรื่องทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และความสะดวกในการคมนาคมที่ผู้ใช้เวลาในการเดินทางไปทำงานหรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษาเร็วกว่าจะให้ความสำคัญกับประเด็นที่กล่าวมาแล้วมากกว่า ซึ่งเนื่องมาจากทำให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการคมนาคมจะช่วยให้สามารถช่วยให้มีการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วขึ้น และในปัจจุบันเรื่องของที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์พบว่า เนื่องจากผู้ใช้เวลาในการเดินทางสั้นกว่ามีแนวโน้มของสัดส่วนของการมีพาหนะส่วนตัวมากขึ้น และการมีพาหนะส่วนตัวจะมีผลไปสู่การเดินทางที่สะดวกรวดเร็วขึ้น อีกทั้งการมีพาหนะส่วนตัวทำให้ผู้บริโภคจำต้องคำนึงถึงสถานที่สำหรับจอดพาหนะเหล่านั้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ครัวเรือน และจำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพัก กับความพึงพอใจในการเช่าอาคารเช่าพักอาศัยโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปรอิสระพบว่า

ความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า มีความพึงพอใจใกล้เคียงกัน ยกเว้นในประเด็นการก่อสร้างและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ ที่จอดรถยนต์และจักรยานยนต์ สาธารณูปโภคในโครงการ โทรศัพท์สาธารณะ เสียงและความเงียบสงบ การดูแลรักษาความสะอาด ราคาเช่าต่อเดือน และความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า ที่เพศหญิงจะมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศชาย ทั้งนี้จะมาจากเพศหญิงจะมีความละเอียดถี่ถ้วนหรือเอาใจใส่เรื่องต่างๆ มากกว่าเพศชาย

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันหลายรายการ โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 35 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจน้อยกว่ามากเมื่อเทียบกับผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า โดยเฉพาะในรายการต่อไปนี้ได้แก่ ขนาดและรูปแบบของห้องพัก การซ่อมบำรุงรักษาอาคารและพื้นที่ส่วนกลาง สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้และทางเดิน ความปลอดภัยและยามรักษาความปลอดภัย ราคาเช่าต่อเดือน ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า และการบริการของเจ้าหน้าที่การเคหะแห่งชาติ และมีความพึงพอใจน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่าในรายการ รูปแบบ/ขนาดและความหนาแน่นของโครงการ ลักษณะ/ขนาดและความหนาแน่นของอาคาร การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ การดูแลแก้ไขปัญหาของการเคหะแห่งชาติ การดูแลความสะอาด และค่าใช้จ่ายและความสะดวกในการซ่อมบำรุง ซึ่งน่าจะมาจากผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า น่าจะมีประสบการณ์และพบเห็นสิ่งต่าง ๆ มากกว่า พบหรือสัมผัสมาอาจจะยังไม่พึงพอใจเมื่อเทียบกับสิ่งที่ตนเคยพบหรือสัมผัสมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับสถานภาพการสมรส พบว่าผู้บริโภคมที่เป็นโสดและผ่านการสมรสแล้ว มีความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในโครงการเคหะชนวมินทร์ที่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในเรื่องที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ที่ผู้ที่ผ่านการสมรสแล้วมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่เป็นโสด

ในด้านของระดับการศึกษา พบว่าผู้บริโภคมที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจน้อยกว่าอย่างชัดเจนในเรื่องรูปแบบ/ขนาดและความหนาแน่นของโครงการ เมื่อเทียบกับผู้บริโภคมที่จบการศึกษาในระดับที่สูงกว่า แต่โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคมที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในโครงการเคหะชนวมินทร์ที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้บริโภคมที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในโครงการเคหะชนวมินทร์ที่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในเรื่องที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ความสะดวกในการคมนาคม และเรื่องแสงสว่างภายในห้องพักที่มีรายได้ต่ำมีความพึงพอใจน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องสาธารณูปโภคในโครงการ ที่ผู้ที่มีรายได้ต่ำมีความพึงพอใจน้อยกว่าอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับผู้ที่มีรายได้สูงกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคมที่มีรายได้อะหว่าง 10,000-19,999 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในเรื่องสภาพแวดล้อมในโครงการต่ำกว่าผู้ที่มีรายได้กลุ่มอื่น

จำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพักที่แตกต่างกัน พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในเรื่องขนาดและรูปแบบของห้องพัก โดยเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจแล้วพบว่าผู้บริโภคมที่อยู่อาศัย 1-2 คนต่อห้องมีความพึงพอใจสูงอย่างชัดเจนกว่าผู้ที่อยู่อาศัยในห้องที่มีผู้อยู่อาศัยมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่อยู่อาศัยในห้องที่มีผู้อยู่อาศัยน้อยจะมีความแออัดน้อยกว่าจึงมีความพึงพอใจสูงกว่า และมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันในเรื่องรูปแบบ/ขนาดและความหนาแน่นของโครงการ การก่อสร้างและวัสดุที่ใช้ในอาคารและห้องพัก และการดูแลความสะอาดพบว่าผู้ที่มีจำนวนผู้อยู่อาศัย 4-6 คนในห้องพักมีความพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวต่ำกว่าผู้ที่อยู่อาศัยในห้องที่มีจำนวนคนน้อยกว่า ทั้งนี้น่าจะมาจากความแออัดของการอยู่อาศัยที่มีความหนาแน่นกว่า ทำให้มีความพึงใจต่อประเด็นดังกล่าวน้อยกว่า

การศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจโดยภาพรวมของการอยู่อาศัยในโครงการเคหะชนวมินทร์ พบว่า ตัวแปรอิสระในด้านเพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และจำนวนผู้อยู่อาศัย ไม่มีผลต่อความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยภาพรวม ยกเว้นเรื่องของอายุที่มีผลต่อระดับความแตกต่างของความพึงพอใจโดยภาพรวม โดยพบว่าผู้ที่อายุ 35

ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจโดยภาพรวมต่ำกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า และมีแนวโน้มว่ายิ่งอายุมากขึ้นจะมีความพึงพอใจโดยภาพรวมน้อยลง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการเช่าอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์ นำไปสู่ข้อเสนอแนะที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ด้านที่อยู่อาศัยในรูปแบบของการเช่า และอาจเป็นประโยชน์ต่อการเคหะแห่งชาติ โดยแยกพิจารณาในส่วนประสมทางการตลาดแต่ละส่วนดังนี้

ผลิตภัณฑ์

ในส่วนของผลิตภัณฑ์นั้นประกอบด้วย องค์ประกอบทางกายภาพ ทำเลที่ตั้ง การบริหารและบริการ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด และผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้ง่ายที่สุด ข้อเสนอแนะที่จัดทำขึ้นจึงมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1. ทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการในด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัยต้องพิจารณามากที่สุดประการหนึ่ง ควรมีการคัดเลือกหรือจัดหาทำเลที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสม ใกล้แหล่งงาน สถานศึกษา สถานที่ราชการต่าง ๆ ใกล้สถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น รวมทั้งสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย จะทำให้โครงการมีโอกาสในการจำหน่ายได้สูง

2. ความสะดวกในการคมนาคม เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรจะพิจารณาให้ถึงความสะดวกของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคจะใช้เป็นปัจจัยที่ค่อนข้างสำคัญในการตัดสินใจ ความสะดวกในการเข้า-ออกของผู้บริโภค มีระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกเช่นมีจำนวนรถบริการสาธารณะผ่านมาก สามารถเดินทางไปยังที่อื่น ๆ ได้โดยสะดวก รวมทั้งความสะดวกของการเดินทางในเวลากลางคืนด้วย เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมุ่งเน้นถึงมาก

3. สภาพแวดล้อมของโครงการเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับทำเลที่ตั้ง ซึ่งทำเลที่ตั้งที่ดีก็ควรจะต้องมีสภาพแวดล้อมของโครงการที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัย เช่น ไม่ตั้งอยู่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรมมากจนเกินไป หรืออยู่ในบริเวณที่มีมลพิษทางต่าง ๆ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ควรมีการศึกษาและวิจัยถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถวางแผนการตลาดไม่ว่าจะเป็น การออกแบบโครงการ การวางผัง การออกแบบอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้สอดคล้องตามลักษณะการใช้ชีวิต ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5. การดำเนินงานของการเคหะแห่งชาติในด้านการจัดการโครงการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการให้บริการเจ้าหน้าที่ การซ่อมบำรุง การดูแลแก้ไขปัญหา การซ่อมบำรุงพื้นที่ส่วนกลาง การรักษาความปลอดภัย การดูแลเก็บขยะ การรักษาความปลอดภัย และการจัดทำแลดูแลสวนหย่อม ต้นไม้ต่าง ๆ ได้รับความพึงพอใจต่ำกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรจะมีการปรับปรุงหรือพัฒนาในส่วนการจัดการหรือบริหารชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคและเหมาะสมกับลักษณะโครงการ ต้องมองผู้เข้ามาอยู่อาศัยอย่างลูกค้าไม่ใช่ผู้ที่เข้ามาขออาศัยอยู่หรือมาพึ่งพา

ราคา

ราคาของที่อยู่อาศัย ในส่วนของที่อยู่อาศัยในรูปแบบของการเช่า พบว่า ผู้บริโภคอาจจะให้ความสำคัญน้อยลงมา เนื่องจากสัญญาสามารถยกเลิกได้ง่าย ถ้ามีการตัดสินใจผิดพลาด แต่ผู้ประกอบการควรพิจารณาไม่ให้ความสำคัญแตกต่างจากคู่แข่งให้มากนัก และมีความเหมาะสมกับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคจะได้รับและสอดคล้องกับกับทำเลที่ตั้ง

การจัดจำหน่าย

ในด้านของการจัดจำหน่ายสำหรับที่อยู่อาศัยประเภทเช่า สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งคือเจ้าหน้าที่ขายซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล ทำหน้าที่จูงใจและคอยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ กับผู้บริโภค ซึ่งหากกลไกนี้สามารถทำงานได้ดีจะช่วยให้การขายได้มาก ในส่วนของการเคหะแห่งชาติพบว่าทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อเจ้าหน้าที่ขายอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ดังนั้นการเคหะแห่งชาติจึงควรปรับปรุงให้พนักงานมีความรักในการบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ และสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ถูกต้องและไปในทิศทางเดียวกัน

การส่งเสริมการตลาด

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ควรพิจารณาสื่อไปยังกลุ่มบุคคล เช่น พนักงานของการเคหะแห่งชาติ ผู้อยู่อาศัยในโครงการของการเคหะแห่งชาติ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นสื่อที่ช่วยให้เกิดการกระจายข่าวสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และประหยัดงบประมาณ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผู้ที่มาเช่าในโครงการนี้รับทราบข่าวสารมาจากบุคคลเป็นส่วนใหญ่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กรรณิการ์ (อักษรกุล)สุขเกษม. 2531. สังคมวิทยานาคร. กรุงเทพมหานคร. ฝ่ายตำราและ
อุปกรณ์การศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2539. หลักสถิติ(พิมพ์ครั้งที่สอง). กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

กานดา ธรรมปรีชา. 2526. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการอยู่อาศัยในเคหะ
สงเคราะห์แบบแฟลต (ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้อยู่อาศัยที่เคยและไม่เคยอยู่
ในชุมชนแออัดมาก่อน). กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัย
มหิดล.

การเคหะแห่งชาติ. 2540 ก. 24ปีการเคหะแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร. กองประชาสัมพันธ์
การเคหะแห่งชาติ.

_____. 2540 ข. ข้อมูลโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์. (อัดสำเนา)

กิตติพงษ์ ไตรสารวัฒน์. 2538. ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ทศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่
อาศัยอาคารชุดพักอาศัยราคาปานกลาง ในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กุนทลทิพย์ มาลากุล ณ อยุธยา. 2526. การศึกษาเปรียบเทียบความพอใจระหว่างผู้อยู่
อาศัยในแฟลตกับเรือนแถว : กรณีโครงการตัวอย่างชุมชนบางบัว 2.
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการบริหารแผนวิสาหกิจ การเคหะแห่งชาติ. 2534. แผนวิสาหกิจของการเคหะแห่ง
ชาติ ปี 2535 – 2539. กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดชะ บุญยะชัย. 2530. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อบ้านจัดสรรระดับปานกลาง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ถนอม อังคนะวัฒนา. 2534. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลาง ถึงเขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนาคารอาคารสงเคราะห์. 2540. รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัย ปี 2539 และแนวโน้มปี 2540. กรุงเทพมหานคร. ฝ่ายวิชาการ ธนาคารอาคารสงเคราะห์.

นิภา รัตนานนท์. 2541. ผู้อำนวยการกองวิจัยและวางแผนตลาด ฝ่ายการตลาด การเคหะแห่งชาติ. สัมภาษณ์. 23 ธันวาคม 2541.

ปณต คงวิโรจน์. 2539. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการอาคารชุดสำหรับผู้มีรายได้ต่ำ ระหว่างโครงการภาครัฐและเอกชน กรณีศึกษา : โครงการเคหะชุมชนหลักสี่ กับโครงการมหาทรัพย์คอนโดทาวน์. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยงยุทธ ดิลกตระการกิจ. 2526. แนวโน้มและทิศทางการขยายตัวที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลางในเขตกรุงเทพมหานคร (2525-2528). กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. 2523. พฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของเคหะสงเคราะห์แบบแฟลต โครงการเคหะสงเคราะห์ดินแดง ห้วยขวาง ประชา นิเวศน์ บ่อนไก่. กรุงเทพมหานคร. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2538. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ. พัฒนาการศึกษา.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

William G. Zikmund. 1997. **Business Research Methods**. Orlando. The Dryden Press.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอาคารเช่าพักอาศัยของ
การเคหะแห่งชาติ :กรณีศึกษา โครงการเคหะชุมชนนวมินทร์
โครงการการศึกษาอิสระในระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าวิทยาเขตเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง ข้อมูลที่ได้รับจากท่านทั้งหมดจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน () และกรอกข้อความตามที่เป็นจริง

แบบสอบถามเลขที่ _____

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านพักห้องพักเลขที่ _____ ชั้นที่ _____ อาคารที่ _____
2. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
3. อายุ _____ ปี
4. สถานภาพสมรส
() 1. โสด () 2. สมรส
() 3. หย่า () 4. หม้าย
() 5. แยกกันอยู่
5. อาชีพ () 1. รับราชการ () 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() 3. พนักงานบริษัทเอกชน () 4. ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ
() 5. ว่างาน/รองาน () 6. นักศึกษา
() 7. แม่บ้าน () 8. อื่นๆ โปรดระบุ _____
6. ระดับการศึกษาสูงสุด
() 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า
() 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
() 3. อนุปริญญา / ปวส.
() 4. ปริญญาตรี
() 5. ปริญญาโทหรือสูงกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. จำนวนผู้อยู่อาศัยในห้องพักของท่าน _____ คน
8. รายได้ต่อครัวเรือน(รวมรายได้ของสมาชิกทุกคนที่พักในห้อง)ประมาณ _____ บาท/เดือน
9. ท่านได้พักอาศัยในโครงการนี้มานาน _____ ปี _____ เดือน
10. ท่านใช้พาหนะอะไร
- () 1. รถยนต์ส่วนตัว
- () 2. รถจักรยานยนต์ส่วนตัว
- () 3. รถรับจ้างต่างๆ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์รับจ้าง
- () 4. อื่นๆ โปรดระบุ _____
11. ท่านใช้เวลาในการเดินทางไปทำงาน(สถานศึกษา)โดยเฉลี่ย(เฉพาะขาไป)
- () 1. _____ ชั่วโมง _____ นาที
- () 2. ไม่ได้ไปทำงาน(ศึกษา)ข้างนอกหรือทำงานอยู่ที่ห้องนี้
12. ท่านเข้าห้องพักในโครงการนี้โดย
- () 1. เข้าเป็นมือแรกจากการเคหะฯ
- () 2. เข้าห้องที่ได้ยกเลิกสัญญากับการเคหะฯ(ยัดหรือคืนห้อง)
- () 3. เข้าโดยซื้อสิทธิ์จากผู้เช่าเดิม
13. ท่านมาเช่าในโครงการนี้โดยทราบข่าวหรือข้อมูลจากที่ใด
- () 1. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ () 2. ป้ายโฆษณา
- () 3. แผ่นพับ, ใบประกาศ () 4. จดหมายของการเคหะฯ
- () 5. เจ้าหน้าที่การเคหะฯ () 6. บุคคลเช่น ญาติ เพื่อน
- () 7. นิทรรศการของการเคหะฯ () 8. ข้อมูลในรูปแบบข่าวจากสื่อเช่นน.ส.พ.
- () 9. อื่นๆ โปรดระบุ _____
14. ท่านเช่าในโครงการนี้เพื่อ
- () 1. เป็นที่อยู่อาศัยหลักหรืออยู่อาศัยเป็นประจำ
- () 2. เป็นที่อยู่อาศัยรองหรืออยู่อาศัยเป็นครั้งคราว
- () 3. ใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น โปรดระบุ _____
15. ท่านคิดว่าท่านจะอยู่อาศัยในโครงการนี้อีกนานเท่าใด
- () 1. ประมาณ _____ ปี
- () 2. ยังไม่ได้คาดการณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้
16. ถ้าท่านเลือกชั้นของห้องพักได้ท่านอยากจะพักอาศัยอยู่ที่ชั้น _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเช่า
ในโครงการเคหะชนวมินทร์

17. ท่านคิดว่ารายการต่อไปนี้ มีความสำคัญต่อท่านเพียงใดต่อการที่ท่านตัดสินใจเช่าห้องพักใน
โครงการเคหะชนวมินทร์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องตารางที่ต้องการเลือกในแต่ละรายการ

| รายการ | ลำดับความสำคัญ | | | | |
|--|----------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1.ทำเลที่ตั้ง | | | | | |
| 2.ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดโครงการ | | | | | |
| 3.การวางผังโครงการ | | | | | |
| 4.ลักษณะ/รูปแบบ/ขนาดอาคาร | | | | | |
| 5.ขนาด/รูปแบบห้องพัก | | | | | |
| 6.วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | | | | | |
| 7.ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | | | | | |
| 8.วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | | | | | |
| 9.ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | | | | | |
| 10.สภาพแวดล้อมของโครงการ | | | | | |
| 11.สาธารณูปโภคในโครงการ | | | | | |
| 12.ความสะดวกในการคมนาคม | | | | | |
| 13.การบริหารโครงการหรือชุมชนหลังการขาย | | | | | |
| 14.ลักษณะเงื่อนไขสัญญาการเช่า | | | | | |
| 15.ราคาเช่า/เดือน | | | | | |
| 16.เงื่อนไขค่าประกัน/ค่าเช่าล่วงหน้า | | | | | |
| 17.ความสะดวกในการติดต่อเช่า | | | | | |
| 18.การให้ข้อมูลและบริการของพนักงานขาย | | | | | |
| 19.การโฆษณาของโครงการ | | | | | |
| 20.การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | | | | | |
| 21.ความเชื่อถือเจ้าของโครงการ (การเคหะฯ) | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และใช้เฉพาะในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการเคหะนวมินทร์

18. ในการที่ท่านเข้าในโครงการเคหะนวมินทร์ ท่านมีความพึงพอใจในรายการต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องตารางที่ต้องการเลือกในแต่ละรายการ

| รายการ | ลำดับความพึงพอใจ | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1.รูปแบบ/ขนาด/ความหนาแน่นของโครงการ | | | | | |
| 2.การวางผังโครงการ | | | | | |
| 3.ลักษณะ/ขนาด/ความหนาแน่นในอาคาร | | | | | |
| 4.ขนาด/รูปแบบของห้องพัก | | | | | |
| 5.การก่อสร้าง/วัสดุที่ใช้ในอาคาร/ห้องพัก | | | | | |
| 6.ขนาด/รูปแบบห้องน้ำ | | | | | |
| 7.การก่อสร้าง/วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ | | | | | |
| 8.ที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ | | | | | |
| 9.สภาพแวดล้อมของโครงการ | | | | | |
| 10.สาธารณูปโภคในโครงการ | | | | | |
| 11.ความสะดวกในการคมนาคม | | | | | |
| 12.การดูแลชุมชน/ชุมชนสัมพันธ์ | | | | | |
| 13.การซ่อมบำรุงรักษาอาคาร/พื้นที่ส่วนกลาง | | | | | |
| 14.ไฟฟ้าแสงสว่างของพื้นที่ส่วนกลาง | | | | | |
| 15.โทรศัพท์สาธารณะ | | | | | |
| 16.สวนหย่อม/สนาม/ต้นไม้/ทางเดิน | | | | | |
| 17.เสียง/ความเงียบสงบ | | | | | |
| 18.แสงสว่างในห้องพัก | | | | | |
| 19.การดูแลแก้ไขปัญหาของการเคหะฯ | | | | | |
| 20.การดูแลความสะอาด | | | | | |
| 21.ที่ทิ้งขยะ/การจัดเก็บขยะ | | | | | |
| 22.ความปลอดภัย/ยามรักษาความปลอดภัย | | | | | |
| 23.ราคาค่าเช่า/เดือน | | | | | |
| 24.ความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่า | | | | | |
| 25.ค่าใช้จ่าย/ความสะดวกของบริการซ่อมบำรุง | | | | | |
| 26.การให้บริการของเจ้าหน้าที่การเคหะฯ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

19. โดยภาพรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดต่อการได้เข้าพักอาศัยในโครงการเคหะชุมชนนวมินทร์

- () 1. มากที่สุด () 2. มาก
 () 3. ปานกลาง () 4. น้อย
 () 5. น้อยที่สุด

20. ท่านคิดว่าการดำเนินการของการเคหะฯ ในด้านการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

ของโครงการเคหะนวมินทร์ มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องตารางที่ต้องการเลือกในแต่ละรายการ

| รายการ | ลำดับความเหมาะสม | | | | | ไม่มี ความ คิด เห็น |
|--|------------------|-----|-------------|-----------------|------------------------------|------------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | ควรปรับ ปรุง | ควรปรับ ปรุง มากที่สุด | |
| 1.ความเหมาะสมของสำนักงานขาย | | | | | | |
| 2.การให้ข้อมูล/การบริการของพนักงานขาย | | | | | | |
| 3.รูปแบบการโฆษณา | | | | | | |
| 4.การเลือกใช้สื่อโฆษณา เช่น ป้าย, น.ส.พ. | | | | | | |
| 5.การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลโครงการ | | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ : นายปภากร สุวรรณธาดา
- วัน เดือน ปี เกิด : วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ.2509
- สถานที่เกิด : ที่จังหวัดมหาสารคาม
- ประวัติการศึกษา : -สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต(โยธา)
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปีการศึกษา 2530
-สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2537
- ประวัติการทำงาน : -2531-2533 เจ้าหน้าที่ประเมินราคา บ.อเมริกัน แอปเพรชัล
(ประเทศไทย) จก.
-2533-2535 ผู้จัดการฝ่ายประเมินราคา บ.ยูเค แวลูเอชัน แอนด์
เอเจนซี จก.
-2535-2536 รองผู้จัดการฝ่ายลงทุนและบริหารโครงการ
บ.เอสจี แลนด์ จก.
-2537 ผู้จัดการโครงการ บ.อิมเพรสโซม จก.
-2538 ผู้จัดการฝ่ายประเมินราคา ธนาคารชิตีแบงก์
-2538-2540 ผู้จัดการฝ่ายโครงการที่อยู่อาศัย บ.สุวิทย์และเสรี จก.