



ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโด โฮมเรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านเศรษฐกิจ
เมืองศรีราชา

FACTORS AFFECTING THE JAPANESE'S INTENT TO RENT CONDO HOME IN
BUSINESS AREA OF SRIRACHA DISTRICT

สาวิตรี อมรสังข์

มหาวิทยาลัยบูรพา

2561



3217863427

BUU_1Thesis_59750002_independent_study / recv: 28122561_18:46:06 / seq: 52

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านเศรษฐกิจ
เมืองศรีราชา

สาวิตรี อมรสังข์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา



3217863427

BUU-IThesis 59750002 independent study / recv: 28122561 18:46:06 / seq: 52

FACTORS AFFECTING THE JAPANESE'S INTENT TO RENT CONDO HOME IN
BUSINESS AREA OF SRIRACHA DISTRICT

SAWITREE AMORNSANK

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE
BURAPHA UNIVERSITY

2018

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY



3217863427

BUU_Thesis_59750002_independent_study / recv: 28122561_18:46:06 / seq: 52

59750002: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร; บช.ม. (บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร)
 คำสำคัญ: ความตั้งใจเช่า/ คอนโดโฮม/ ชาวญี่ปุ่น
 สาวิตรี อมรสังข์ : ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา. (FACTORS AFFECTING THE JAPANESE'S INTENT TO RENT CONDO HOME IN BUSINESS AREA OF SRIRACHA DISTRICT) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ระพีพร ศรีจำปา, Ph.D. ปี พ.ศ. 2561.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา กลุ่มตัวอย่างคือ ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชาจำนวน 385 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ t-test F-test (One-way ANOVA) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลจากการศึกษาพบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ตำแหน่ง พนักงานระดับหัวหน้า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท และมีสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ปัจจุบัน 2-3 คน ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกิจกรรม (Activities) ที่ทำเป็นประจำคือ กิจกรรมกีฬา ด้านความสนใจ (Interest) คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญ ๆ ของไทย และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในประเทศไทย คือ ชอบใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร ที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) พบว่าความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) มีอิทธิพลทางบวกกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) มีอิทธิพลทางลบ ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

59750002: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE; M.B.A.
(BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORDS: INTENT TO RENT/ CONDO HOME/ THE JAPANESE

SAWITREE AMORNSANK : FACTORS AFFECTING THE JAPANESE'S
INTENT TO RENT CONDO HOME IN BUSINESS AREA OF SRIRACHA DISTRICT.
ADVISORY COMMITTEE: RAPEEPORN SRIJUMPA, Ph.D. 2018.

This study was a quantitative research whose objective was to study factors affecting the Japanese’s intent to rent a home condominium in the business area of Sriracha District. The sample consisted of 385 Japanese migrants employed in the business area of Sriracha District. Statistics used in Data analysis were t-test, F-test (One-way ANOVA) and multiple regression analysis.

The results of the study revealed that the majority of respondents were male Japanese people who were 36-45 years old. For their career, they were company employees whose title was chief. Their average monthly income was more than 100,000 baht and there were two members living in the family. For their lifestyle, most Japanese respondents’ frequent active activity was sports. Their interest was travelling to the major natural sites of Thailand. For the opinion on living in Thailand, they preferred using the service in the stores and the restaurants where the staff could provide information in Japanese. For the marketing mix (4C), consumer’s demand and needs had positive effect on the Japanese’s intent to rent condo home annually at the statistical significance level of .05. Consumer's cost to satisfy negatively affected the Japanese’s intent to rent a home condominium in Sriracha District at the statistical significance level of 0.5.

คณะกรรมการควบคุมโครงงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบโครงงานนิพนธ์
ได้พิจารณาโครงงานนิพนธ์ของ สาวิตรี อมรสังข์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมโครงงานนิพนธ์

S: ฟ้า

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

คณะกรรมการสอบโครงงานนิพนธ์

S: ฟ้า

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

S: ฟ้า

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัฐฉวี ฐู่แทนคุณ)

S: ฟ้า

..... กรรมการ
(ดร. ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับโครงงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

S: ฟ้า

..... คณบดีวิทยาลัย
พาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

วันที่ เดือน พ.ศ.

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะ อันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ คอยเป็นกำลังใจ และให้ความห่วงใยเสมอมา ผู้ทำการวิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐวุฒิ ฐิแทนคุณ และดร.ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง กรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะในงานนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงทางวิชาการตามที่ปรากฏในบรรณานุกรม และขอบพระคุณคณาจารย์

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำงานนิพนธ์ครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอรำลึกพระคุณของบิดา มารดา ผู้เป็นที่รักและมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ ที่ให้กำเนิดให้สติปัญญา ให้ความรักและความห่วงใย และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้ทำการวิจัยด้วยความกรุณาเสมอมา ขอขอบคุณพี่น้องในครอบครัวทุกท่าน รวมทั้งกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จนงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ทำการวิจัยขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

สาวิตรี อมรสังข์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบอสังหาริมทรัพย์.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์	11
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle).....	12
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4C).....	14

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3	21
วิธีดำเนินการวิจัย	21
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง.....	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	22
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4	28
ผลการวิจัย.....	28
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์	28
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถาม ..	29
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบ แบบสอบถาม	32
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของที่พักอาศัยแบบ คอนโดโฮม	34
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาว ญี่ปุ่น.....	38
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	39
บทที่ 5	60
สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ	60
สรุปผลการวิจัย.....	60



อภิปรายผลการศึษา62

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้.....63

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....64

บรรณานุกรม65

ภาคผนวก67

 ภาคผนวก ก68

 ภาคผนวก ข77

 ภาคผนวก ค81

ประวัติย่อของผู้วิจัย85



3217883427

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability).....	25
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของชาว ญี่ปุ่น ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385).....	30
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	33
ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของ	34
ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)	35
ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to	36
ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสะดวกในการซื้อ	37
ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสื่อสาร (Communication that connects)..	38
ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี ของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385).....	39
ตารางที่ 10 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี	40
ตารางที่ 11 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาว ญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามอายุ (n = 385).....	40
ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นมีอายุแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พัก	41
ตารางที่ 13 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาว ญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามระดับการศึกษา (n = 385).....	42
ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อความ	43
ตารางที่ 15 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาว ญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามอาชีพ (n = 385)	44

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385).....45

ตารางที่ 17 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี46

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่งแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385).....47

ตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี48

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี49

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385).....50

ตารางที่ 22 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี51

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) แตกต่างกัน ..52

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตามความสนใจ (Interest) (n = 385).....53

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีความสนใจ (Interest) แตกต่างกัน ต่อ ... ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385).....54

ตารางที่ 26 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของ55

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีความคิดเห็น (Opinion) แตกต่างกันต่อ . ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385).....56

ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ได้จากความถดถอยพหุคูณของส่วนประสมทาง การตลาด (4C)57

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple linear regression analysis) ทดสอบ ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4C) ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา58

ตารางที่ 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน59

3217883427
 BUU-IThesis 59750002 independent study / revv: 28122561 18:46:06 / seq: 52

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
ภาพที่ 2 คอนโดโฮม	9
ภาพที่ 3 ปัจจัยกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภค	12



3217863427

BUU-IThesis 59750002 independent study / recv: 28122561 18:46:06 / seq: 52

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อำเภอศรีราชา ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดชลบุรี เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ มีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับในฐานะ “เมืองอุตสาหกรรม” ที่สำคัญของประเทศ เป็นพื้นที่ที่มีนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มากที่สุดติดอันดับแถวหน้าของเมืองไทย โดยอำเภอศรีราชา มีนิคมอุตสาหกรรมกว่า 10 แห่ง และจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมมีกว่า 1,300 แห่ง และมีคนทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมในโรงงานต่าง ๆ รวมกว่า 127,000 คน อำเภอศรีราชา ยังมีโอกาสเติบโตทางเศรษฐกิจได้อีกต่อเนื่องเป็นเวลาหลาย 10 ปี เนื่องจากนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมในจังหวัดที่อยู่บนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ทั้งนี้ภาคอุตสาหกรรมเป็นเหมือนจุดเริ่มต้นของการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน เพราะเมื่อนิคมอุตสาหกรรมก็ต้องมีโรงงาน เมื่อมีโรงงานก็ต้องมีคนมาทำงานและมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น (5 พื้นที่ศรีราชา ทำเลทองภาคตะวันออก รองรับลงทุนอีอีซี, 2561)

บริษัทที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นบริษัทญี่ปุ่น ตัวอย่างเช่นนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทองมีบริษัทญี่ปุ่นร้อยละ 74 ทำให้มีชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในบริษัทแม่ ซึ่งมีฐานการผลิตในนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก จำนวนแรงงานชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตให้ทำงานในประเทศไทย พื้นที่ศรีราชาอยู่ที่ราว 8,000 คน หากรวมจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ย้ายมาอยู่ด้วย จะอยู่ที่ราว 10,000-15,000 คน นับว่าเป็นสถิติที่สูงมาก โดยลักษณะการพำนักนั้นเป็นแบบระยะสั้นและระยะยาว อำเภอศรีราชา จึงได้ชื่อว่าเป็น Little japan หรือ Little osaka มีทั้งร้านอาหาร Community mall โรงพยาบาล และโรงเรียนสอนภาษาที่รองรับความต้องการพื้นฐาน และตอบโจทย์วิถีการดำรงชีวิตของชาวญี่ปุ่น

สำหรับที่อยู่อาศัยเป็นอีกหนึ่งปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นเหล่านี้ ซึ่งมีกำลังซื้อในระดับสูง ทั้งนี้ชาวญี่ปุ่นจะเลือกเช่าที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างจากนิคมอุตสาหกรรมเพื่อเลี่ยงมลพิษ ใช้เวลาเดินทางอย่างน้อย 15-20 นาที และเลือกที่จะอยู่ใจกลางเมืองหรือริมทะเล ใกล้แหล่งการค้า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน (ส่องทำเลศรีราชา กับการเติบโตตลาดอสังหาริมทรัพย์รองรับ EEC, 2561)

เนื่องจากเป็นพื้นที่เศรษฐกิจทำให้เป็นพื้นที่ที่น่าสนใจของนักลงทุนได้มีธุรกิจเกิดขึ้นหลายธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมาก อีกธุรกิจหนึ่งที่นัก

ลงทุนสนใจเข้ามาลงทุนในอำเภอศรีราชา คือ การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นที่พักอาศัยแก่ประชากรที่เข้ามาทำงานในพื้นที่ ราคาอสังหาริมทรัพย์ค่อนข้างสูง ข้อจำกัดด้านการถือครอง และการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน จึงทำให้ประชากรบางส่วนไม่สามารถเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ได้ จึงเลือกเช่าที่พักอาศัยแทนการซื้อ ดังนั้นจึงทำให้ผู้มีอำนาจซื้อหรือนักลงทุนเห็นโอกาสในการลงทุนจึงซื้ออสังหาริมทรัพย์หลาย ๆ แห่งเพื่อการปล่อยเช่า

ปัจจุบันได้มีโครงการเกิดขึ้นมากมายในเขตอำเภอศรีราชาและทำให้ผู้เช่ามีทางเลือกในการเช่าที่พักอาศัยเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ มีรูปแบบที่ทันสมัย สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และระบบรักษาความปลอดภัย ที่มีคุณภาพ ตัวผู้วิจัยได้ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อปล่อยเช่าให้กับผู้เช่าชาวไทย รายได้จากค่าเช่าอยู่ในอัตราปกติที่ปล่อยเช่าให้กับประชาชนทั่วไปและในปัจจุบันผู้เช่าลดลง ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะนำอสังหาริมทรัพย์ไปพัฒนาเพื่อปล่อยเช่าให้กับชาวญี่ปุ่นซึ่งมีกำลังซื้อ และมีข้อจำกัดเรื่องการถือครองอสังหาริมทรัพย์ที่มากกว่าผู้เช่าชาวไทย เพื่อทำให้อสังหาริมทรัพย์ที่ถือครองอยู่สามารถสร้างผลตอบแทนได้มากกว่าที่ได้รับอยู่ในปัจจุบัน

จากการที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความจำเป็นที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยรายปีของชาวญี่ปุ่น ในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ทราบว่าว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ชาวญี่ปุ่นนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชาจำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

สมมติฐานการวิจัย

1. ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโด
โฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา ประกอบด้วยตัวแปรในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent variable) ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ประกอบด้วย กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinion) 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ประกอบด้วย ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) การสื่อสาร (Communication that connects)

ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

มุ่งศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในอำเภอศรีราชาและพักอาศัยในเขตพื้นที่ความเจริญอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

สถานที่ที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูลคือ ย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษาระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2561 โดยศึกษารวบรวมเอกสารจัดทำเค้าโครงงานนิพนธ์ ระหว่างเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 ลงพื้นที่ศึกษาเก็บข้อมูลและทำการสรุปและอภิปรายผลระหว่าง เดือน เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาที่พักอาศัยให้ตรงกับความต้องการเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่น
2. นักลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการปล่อยเช่า รายอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ถือครองอยู่ให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า

3. ผู้สนใจศึกษาสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาธุรกิจในด้านอสังหาริมทรัพย์หรือนำไปประยุกต์ในการศึกษาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น ๆ ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

อสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ที่ดินและทรัพย์สินอันติดอยู่กับที่ดิน มีลักษณะเป็นการถาวรหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น และหมายความรวมถึงทรัพย์สินอันเกี่ยวกับที่ดิน หรือทรัพย์สินอันติดอยู่กับที่ดินหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น (โสภณ พรโชคชัย, 2555, หน้า 17)

ที่พักอาศัย หมายถึง อาคารบ้านเรือน รวมทั้งตึก โรง และแพที่มนุษย์จัดสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยทั้งกลางวันและกลางคืน ภายในที่อยู่อาศัยประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องมีทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย อุปกรณ์ และสิ่งที่ใช้สอยที่จำเป็นตามความต้องการด้านร่างกาย จิตใจ และความเป็นอยู่ที่ดีทั้งส่วนตัวและครอบครัวของผู้พักอาศัย

คอนโดโฮม หมายถึง รูปแบบห้องพักอาศัยที่มีรูปแบบเหมือนคอนโดมิเนียม ที่สามารถใช้ชีวิตได้เหมือนอยู่บ้าน

การเช่า หมายถึง เป็นสัญญาที่ผู้เช่าและผู้ให้เช่าต่างมีหน้าที่จะต้องชำระตอบแทนซึ่งกันและกัน โดยทางผู้ให้เช่ามีหน้าส่งมอบทรัพย์สินที่ให้เช่าแก่ผู้เช่าใช้ และผู้เช่ามีหน้าที่จะต้องชำระค่าเช่า เป็นการตอบแทน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของชาวญี่ปุ่น หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของชาวญี่ปุ่นประกอบด้วย

1. เพศ หมายถึง เพศของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจเมืองศรีราชา โดยแบ่งออกเป็น เพศหญิง เพศชาย
2. อายุ หมายถึง อายุของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจเมืองศรีราชา โดยนับอายุเต็มปี
3. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา
4. อาชีพ หมายถึง อาชีพของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจเมืองศรีราชา
5. ตำแหน่ง หมายถึง ตำแหน่งงานของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับในปัจจุบัน
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง เงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา ได้รับ



3217863427

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว หมายถึง ครอบครัวของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ วิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา

1. กิจกรรม หมายถึง กิจกรรมของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา ชอบทำ

2. ความสนใจ หมายถึง ความสนใจของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา

3. ความคิดเห็น หมายถึง ความคิดเห็นต่อการใช้ชีวิตของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม หมายถึง

1. ความต้องการของผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา

2. ต้นทุนของผู้บริโภค หมายถึง ความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา

3. ความสะดวกในการซื้อ หมายถึง ที่พักอาศัยที่ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา เลือกเช่าสามารถทำให้ชาวญี่ปุ่นใช้ชีวิตด้วยความสะดวก

4. การสื่อสาร หมายถึง การโฆษณา การให้ข้อมูล หรือการบริการของที่พักอาศัยที่จะทำให้ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชาเลือกเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม



3217863427

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าคอนโดโฮมเรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ เมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4C)
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์

นิติ รัตนปรีชาเวช (2559) อสังหาริมทรัพย์ (Real estate) เป็นทรัพย์สินที่มีลักษณะเฉพาะตัวในเรื่องกายภาพและในเรื่องของสิทธิและกรรมสิทธิ์ ในด้านกายภาพของอสังหาริมทรัพย์นั้นแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละพื้นที่ อาจกล่าวได้ว่าแม้พื้นที่ที่อยู่ติดกันก็ไม่ได้เหมือนกันทั้งหมด และความแตกต่างในทางกายภาพในแต่ละพื้นที่นี้เอง ก็ย่อมเป็นปัจจัยในการกำหนดประเภทของสิ่งปลูกสร้างด้วย

สนธยา วณิชวัฒน์ (2556) อสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ทรัพย์ที่นำไปไม่ได้ คือ ทรัพย์ที่ติดกับที่การจะพัฒนาสินค้าอสังหาริมทรัพย์ชนิดใด ๆ ก็เพื่อบริการให้ลูกค้าที่ต้องการใช้อาคารบ้านเรือน ที่ตั้งอยู่ ณ “ทำเล” ใดทำเลหนึ่ง หากผู้พัฒนาโครงการสามารถทำโครงการสร้างบ้านหรืออาคารที่ถูกต้อง หรือถูกต้องตามวัตถุประสงค์ความต้องการและงบประมาณของลูกค้า คือ ผู้ซื้อหรือผู้เช่าแล้ว โครงการนั้นก็ประสบความสำเร็จ

นิติ รัตนปรีชาเวช (2559) อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม ในขณะที่ที่อยู่อาศัยในหลายพื้นที่โดยเฉพาะในเขตเมือง มักจะมีความขาดแคลนอย่างมาก ซึ่งมักจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยในระดับสูงด้วย จึงมักนำมาสู่การพัฒนาโครงการอาคารชุดซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาโครงการแนวสูง โดยมีวัตถุประสงค์ของการใช้พื้นที่ร่วมกันอย่างคุ้มค่าที่สุด ซึ่งจะมีความแตกต่างอย่างมากหากเปรียบเทียบกับการพัฒนาโครงการแนวราบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของกรรมสิทธิ์



ในการอยู่อาศัยร่วมกันภายในอาคารชุดหนึ่ง ๆ ซึ่งได้รับการแบ่งแยกส่วนของกรรมสิทธิ์ออกเป็นกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลางนับเป็นการแบ่งแยกการครอบครองระหว่างห้องชุดที่ซื้อกับพื้นที่ส่วนกลางที่ใช้ร่วมกัน

แม้ว่าการลงทุนพัฒนาโครงการอาคารชุดจะถือได้ว่าเป็นการลงทุนที่มีผลตอบแทนสูง แต่การลงทุนพัฒนาอาคารชุดก็ถือได้ว่าเป็นความเสี่ยงสูงเช่นเดียวกัน เนื่องจากโดยส่วนใหญ่แล้วการลงทุนสร้างอาคารใดอาคารหนึ่งจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่สูงมาก อีกทั้งระยะเวลาในการสร้างอาคารชุดก็ยาวนานกว่าโครงการแนวราบที่ไป ซึ่งได้ส่งผลต่อความเสี่ยงของโครงการทั้งในแง่ตลาดหรือสภาพแวดล้อมโดยรอบที่อาจเปลี่ยนแปลงไปเมื่อโครงการสร้างแล้วเสร็จ และหากเมื่อได้ก่อสร้างโครงการอาคารชุดแล้วก็จะไม่สามารถยกเลิกได้หรือไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ เช่นโครงการแนวราบสามารถทดสอบตลาดด้วยการสร้างเฟส หรือสามารถปรับเปลี่ยนแบบหรือผังโครงการได้

โดยทั่วไปแล้วราคาที่ดินในย่านใจกลางเมืองจะมีราคาสูงมาก ดังนั้น พื้นที่ใจกลางเมืองจึงมักเป็นที่นิยมในการพัฒนาโครงการอาคารชุดเพื่อเป็นการกระจายต้นทุนที่ดินออกไปสู่ห้องชุดต่าง ๆ ในอีกทางหนึ่ง พื้นที่ที่ห่างไกลออกไปก็มักจะได้รับการพัฒนาเป็นโครงการแนวราบประเภททาวน์เฮาส์ บ้านแฝดและบ้านเดี่ยว ตามลำดับ เนื่องจากต้นทุนที่ดินมีราคาต่ำลงตามพื้นที่ที่ห่างไกลออกไป

อสังหาริมทรัพย์ในศรีราชา

แนวโน้มการแข่งขันตลาดอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอศรีราชาค่อนข้างสูง มีการนำนวัตกรรมใหม่มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ และหาพันธมิตรร่วมทุน ไม่ว่าจะเป็นชาวต่างชาติหรือชาวไทย เพื่อสร้างกลยุทธ์ซึ่งส่วนแบ่งการตลาด เนื่องจาก อำเภอศรีราชา เป็นทำเลศักยภาพสูงที่เหมาะสมสำหรับการพักอาศัย โดยพื้นที่ของอำเภอเป็นแหล่งงานที่สำคัญทั้งของคนไทยและต่างชาติ และนโยบายจากภาครัฐบาลที่ผลักดัน โครงการเศรษฐกิจภาคตะวันออก ส่งผลให้พื้นที่อำเภอศรีราชามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ศรีราชาถือเป็นทำเลที่มีความคึกคักมากเป็นพิเศษ เนื่องจากบริษัทอสังหาริมทรัพย์ยักษ์ใหญ่ของกรุงเทพฯ หลายแห่งลุยเปิดตัวโครงการแนวสูง โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม และนักลงทุนที่ซื้อไว้เพื่อปล่อยให้เช่าชาวญี่ปุ่นเช่า โดยชาวญี่ปุ่นเองเลือกที่จะเช่ามากกว่าซื้อไว้อยู่อาศัยในระยะยาว ซึ่งในด้านการออกแบบโครงการส่วนใหญ่เลือกที่จะออกแบบคอนโดโมเนียมสไตล์ญี่ปุ่น เน้นที่ความทันสมัยและพื้นที่ใช้สอยที่ครบครัน จึงทำให้ราคาคอนโดย่าน ศรีราชาขายเริ่มต้นอยู่ที่ 1.8 ล้านบาท ถึงหลัก 10 ล้านบาท ซึ่งถึงแม้จะมีนักพัฒนาหลาย

บริษัทเข้ามาตลาดศรีราชา ทำให้มีโครงการเกิดใหม่มากหน้าหลายตา แต่ในด้านความต้องการในพื้นที่ศรีราชายังคงมีกลุ่มลูกค้าให้ความสนใจและมียอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ที่อยู่อาศัยในอำเภอศรีราชา ถึงจะมีมากแต่ความต้องการที่พักอาศัยยังมีอยู่มากเช่นกัน จึงทำให้ตลาดเช่าเติบโตและได้รับผลตอบแทนร้อยละ 6 ถึง ร้อยละ 10 ต่อปี ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของผู้ซื้อคอนโดในศรีราชาจึงเป็นนักลงทุนในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นในแต่ละโครงการ

คอนโดมิเนียมในศรีราชาได้มีการปรับรูปแบบการตลาด รวมทั้งผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงตามกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น สร้างความแตกต่างและราคาที่สามารถแข่งขันได้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นคอนโดที่แต่งครบสามารถปล่อยเช่าได้เลย พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงมีบริการระดับมาตรฐานโรงแรม (5 พื้นที่ศรีราชา ทำเลทองภาคตะวันออก รองรับลงทุนอีอีซี, 2561)

คอนโดโฮม เป็นห้องพักอาศัยที่มีลักษณะรูปแบบห้องคล้ายคอนโดมิเนียม เช่น การจัดรูปแบบห้องพักอาศัยเป็นสัดส่วน มีระบบสาธารณูปโภค เป็นห้องพักอาศัยที่สามารถใช้ชีวิตเหมือนอาศัยอยู่บ้าน



ภาพที่ 2 คอนโดโฮม



ภาพที่ 2 (ต่อ)



ภาพที่ 3

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2547, หน้า 57-59)

1. เพศ เป็นคุณลักษณะบุคคลของผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นเพศชาย เพศหญิง ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจ เพศชายหรือเพศหญิง หากเป็นผู้ที่ต้องตัดสินใจเลือกที่พักออาศัยแล้วความต้องการหรือความชอบอาจจะไม่เหมือนกัน เช่น เพศหญิงที่พักออาศัย อยู่คนเดียวอาจจะเลือกที่พักออาศัยที่ระบบการรักษาความปลอดภัย หรือที่พักออาศัยที่มีแต่ผู้หญิงพักออาศัยเท่านั้น
2. อายุ เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการรับรู้ การทำความเข้าใจ และความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน รวมทั้งในเรื่องของการเลือกที่พักออาศัยในช่วงระดับอายุหนึ่งอาจจะต้องการที่พักออาศัยที่มีรูปแบบทันสมัย มีนวัตกรรมใหม่ ๆ และเมื่ออายุมากขึ้นก็จะต้องการที่พักออาศัยที่มีความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกที่เยอะมากขึ้นกว่าเดิม
3. อาชีพ อาชีพ คือ กิจกรรมที่ผู้บริโภคประกอบเพื่อเลี้ยงชีพของตนและครอบครัว นำไปสู่การเลือกที่พักออาศัยที่แตกต่างกันตามรสนิยมหรือสังคมของแต่ละอาชีพ
4. ระดับการศึกษา ระดับการศึกษา แสดงถึงความสามารถในการรับรู้ การวิเคราะห์ ค่านิยม ทักษะและมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทำให้การเลือกที่พักออาศัยนั้นต้องมีการพิจารณาในด้านต่าง ๆ ให้เกิดความคุ้มค่าและตรงกับความต้องการให้มากที่สุด
5. รายได้ รายได้เป็นส่วนหนึ่งแสดงถึงอำนาจในการบริโภค ดังนั้น ชาวญี่ปุ่นที่มารายได้มากจะสามารถเช่าห้องพักที่มีราคาสูงกว่าเพื่อให้ได้ที่พักอาศัยตามความต้องการของตน
6. ตำแหน่งชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยจะได้รับสวัสดิการจากบริษัทแม่ในเรื่องของที่พักอาศัย ดังนั้น แต่ละตำแหน่งจะได้รับสวัสดิการไม่เท่ากัน ดังนั้นการเลือกที่พักออาศัยก็จะแตกต่างกันออกไปตามสวัสดิการที่ได้รับ
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นปัจจัยที่แสดงขนาดของกลุ่มผู้บริโภค สามารถนำมากำหนดความเหมาะสมของประเภทผลิตภัณฑ์และบริการได้ เช่น การเลือกที่พักออาศัยหากพักออาศัยเพียงคนเดียว ชาวญี่ปุ่นจะเลือกที่พักออาศัยที่เป็นคอนโดมิเนียมแบบ 1 ห้องนอน แต่หากพักออาศัยเป็นครอบครัวจะเลือกบ้านเดี่ยวหรือคอนโดมิเนียมที่มีมากกว่า 1 ห้องพัก

จากแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์จะทำให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และพัฒนาคอนโดโฮมได้ตามความต้องการของผู้เช่าชาวญี่ปุ่น



3217863427

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ได้กล่าวถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า “การดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละยุคมิได้เป็นอย่างไม่มีหลักเกณฑ์ มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีกฎหรือเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มพึงถือปฏิบัติพฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่ม จึงเป็นไปในทำนองเดียวกัน เมื่อกลุ่มสังกัดชั้นทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชั้นทางสังคม และวัฒนธรรมที่กล่าวมาแล้วนี้พัฒนาแบบแผนการดำรงชีพหรือใช้ชีวิตตลอดจนถึงแบบแผนของการบริโภคขึ้นมาใช้ในสังคมแบบหรือแบบแผนดังกล่าว เราเรียกว่า “แบบของการใช้ชีวิต”

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง การใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และ ความคิดเห็น (Opinions) แต่ละคนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งที่เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม และการเรียนรู้ และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น ครอบครัว ชนชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันนี้ จะมีผลทำให้พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลแตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตาม รูปแบบการดำเนินชีวิตจะไม่คงที่ แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

<p>ปัจจัยกำหนดวิถีชีวิต (Lifestyle variables)</p> <p>แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การเรียนรู้ ครอบครัว ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรม</p>	<p>รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)</p> <p>กิจกรรมที่ทำ ความสนใจ ความคิดเห็น ความชอบ/ไม่ชอบ ความรู้สึก ความคาดหวัง ทัศนคติ การบริโภค</p>	<p>พฤติกรรมการบริโภค (Influences on behaviors)</p> <p>การซื้อ อย่างไร เมื่อไหร่ ที่ไหน อะไร กับใคร</p>
--	--	--

ภาพที่ 3 ปัจจัยกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แบบ AIO

การศึกษาในรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIO เป็นวิธีการมุ่งหาว่าผู้บริโภคกระทำกิจกรรมอะไรบ้าง มีความสนใจเรื่องอะไรและมีความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ อย่างไร แบบสำรวจ AIO จึงประกอบด้วยข้อคำถามข้อคำถามต่าง ๆ ที่มุ่ง 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. กิจกรรมที่ทำ (Activities) เพื่อให้ผู้บริโภคเปิดเผยสิ่งที่ทำ สิ่งที่ซื้อ รวมทั้งการใช้เวลาว่าง
2. ความสนใจ (Interest) เป็นคำถามที่วัดความชอบและการจัดลำดับความสำคัญของผู้บริโภค
3. ความคิดเห็น (Opinions) เป็นคำถามที่มุ่งเน้นความคิด ความรู้สึก และทัศนคติต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อโลก เศรษฐกิจ สังคม และประเด็นอื่น ๆ

โดยจำแนกรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลไว้ 5 แบบ ดังนี้

1. แบบมุ่งเน้นวัฒนธรรม (Cultural orientation) คือ วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือประเพณีทางสังคม เช่น การชมการแสดงทางวัฒนธรรม การชมนิทรรศการศิลปะ
2. แบบมุ่งเน้นสังคม (Societal orientation) คือ วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งรอบตัว เช่น การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อม
3. แบบมุ่งเน้นความบันเทิง (Entertainment orientation) คือ วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความบันเทิง และความพอใจของตนเอง เช่น การท่องเที่ยว การซื้อสินค้า
4. แบบมุ่งเน้นบ้านและครอบครัว (Home and family orientation) คือ วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับที่พักอาศัย ความเป็นอยู่ หรือครอบครัว ของตัวเอง
5. แบบมุ่งเน้นกีฬาและกิจกรรมกลางแจ้ง (Sport an outdoor orientation) คือ วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ การเล่นกีฬา และการทำกิจกรรมกลางแจ้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวญี่ปุ่นในไทย

การอยู่อาศัยของญี่ปุ่น มี 2 ประเภท คือ ครอบครัว มีจำนวนสมาชิก 3-4 คน และอาศัยอยู่คนเดียว โดยส่วนมากเป็นพนักงานจากบริษัทแม่ในประเทศญี่ปุ่นส่งมาประจำที่เมืองไทยเป็นระยะเวลาประมาณ 5 ปี เมื่อครบกำหนดจะย้ายไปประจำที่ประเทศอื่น (Relocation) ตัวอย่างบริษัท เช่น Toyota, Honda, Daikin และบริษัทในอมตะนคร สำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยแบบครอบครัว

จะนิยมเลือกที่พักแบบ 2-3 ห้องนอน ส่วนที่พักอาศัยอยู่คนเดียวจะเลือกที่พักแบบ 1 ห้องนอน โดยสิ่งสำคัญที่คนญี่ปุ่นแทบทุกห้องต้องมี คือ เครื่องทำน้ำร้อน เครื่องกรองน้ำสำหรับอาบน้ำ และ TV สามารถเชื่อมต่อสถานีโทรทัศน์ NHK ได้ นอกจากนี้ชาวญี่ปุ่นยังนิยมที่จะเลือกที่พักที่มีสระว่ายน้ำขนาดใหญ่สามารถให้ลูก ๆ เรียนว่ายน้ำได้ รวมทั้งทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัยเดินทางสะดวก ใกล้โรงพยาบาลสมิติเวช เพราะมีล่ามภาษาญี่ปุ่นโดยเฉพาะ ชาวญี่ปุ่นมักจะอาศัยห่างจากนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ ประมาณ 15-30 นาที โดยการขับรถหรือนั่งรถบัสที่บริษัทตนเองมีบริการให้ เมืองศรีราชามีครบทุกอย่างสำหรับไลฟ์สไตล์ชาวญี่ปุ่น เช่น ดิสนิมทะเล (คล้าย Yokohama) ร้านอาหารญี่ปุ่น และสนามกอล์ฟรายล้อมสำหรับการพักผ่อนในช่วงสุดสัปดาห์ของคนญี่ปุ่น

ลักษณะที่พักอาศัยที่น่าสนใจสำหรับคนญี่ปุ่นในศรีราชาอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าหรือย่านไลฟ์สไตล์ของคนญี่ปุ่น เช่น J-Park Sriracha ห่างจากนิคมอุตสาหกรรมระดับหนึ่งเพื่อเลี่ยงมลภาวะ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการที่น่าสนใจ เช่น ห้องสูบบุหรี่ เนื่องจากกลุ่มชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่บริเวณศรีราชาเป็นพนักงานวัยประมาณ 30-40 ปี ทำงานหนักและเครียดจึงสูบบุหรี่จัดมาก อ่างสำหรับแช่น้ำร้อนเพื่อผ่อนคลาย อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ทำให้ทราบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจใช้บริการสินค้าหรือบริการ ชาวญี่ปุ่นจะเลือกที่พักอาศัยที่สามารถใช้ชีวิตได้ตามความชอบหรือความต้องการได้สะดวกที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4C)

บุริม โอทกานนท์ (2556) กลยุทธ์ที่เกิดจากองค์ประกอบทั้ง 4 คือ ด้านสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดนั้นดูเหมือนจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ บริษัทควรจะต้องหันมามองตัวเองใหม่ โดยต้องถามคำว่า 4P's ให้ได้ และแทนที่จะมองในมุมมองของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย นักการตลาดสมัยใหม่ต้องหันมามองในอีกมุมคือ มุมมองของผู้ซื้อบ้าง โดยที่มีแนวคิดในการทำการตลาดในรูปแบบ 4 C's ดังนี้

1. ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) คือ แทนที่จะผลิตสินค้าอะไรก็ได้ที่อยากจะขายออกมาขาย แต่ควรผลิตสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมากกว่า สินค้าที่ผลิตออกมานั้นควรจะเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิต

2. ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) คือ การตั้งราคาเพื่อให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายอยู่รอดนั้น ควรเปลี่ยนไปเป็นการตั้งราคาโดยการพิจารณาถึงต้นทุนของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งการตั้งราคานี้ต้องคำนวณถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคต้องจ่ายออกไปก่อนที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทาง ค่าจอดรถ ค่าเสียเวลา เป็นต้น

3. ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) คือ การกระจายสินค้าในทุก ๆ จุดขายที่เป็นไปได้ โดยคิดว่าหากจุดขายสินค้ามีมากจะผู้บริโภคจะซื้อนั้นก็เป็นเรื่องที่ล้าสมัย เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายสมัยใหม่นั้นต้องคิดว่าจะเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้อย่างไร เพราะในตอนนี้ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะซื้อที่ไหนซื้อที่ไหน และซื้อเวลาใด มากกว่าการซื้อตามช่องทางที่ถูกกำหนดขึ้นจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย

4. การสื่อสาร (Communication) วิธีการสื่อสารนั้นแทนที่จะใช้สื่อเพื่อการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อแบบในอดีตที่เคยประสบความสำเร็จ แต่วันนี้การสื่อสารต้องมองว่าทั้งสื่อและสารใดที่ผู้บริโภคจะรับฟัง การตลาดวันนี้ไม่ใช่ผู้บริโภคจะยอมฟังในสิ่งที่เราต้องการจะพูดดังเช่นเดิม แต่วันนี้ผู้บริโภคเลือกที่จะฟังและไม่ฟัง เลือกที่จะเชื่อและไม่เชื่อ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงควรหันมาให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารมากกว่าการลดแลกแจก แถม แต่ให้ความสำคัญในการสร้างเรื่องราวสร้างความไว้วางใจ ผ่านสื่อที่ผู้บริโภครับฟังมากกว่า

เนื่องจากอำเภอสรรพยา เป็นแหล่งงานของทั้งคนไทยและคนต่างชาติ สิ่งที่เติบโตตามมาก็คือความต้องการที่อยู่อาศัย ทำให้มีโครงการหมู่บ้าน คอนโดมิเนียม เติบโตขึ้นอย่างมาก ด้วยราคาที่ค่อนข้างสูงประกอบกับผู้ที่เข้ามาทำงานเป็นชาวต่างชาติและคนต่างจังหวัด จึงไม่ประสงค์ที่จะซื้อสังหาริมทรัพย์เป็นของตัวเองเลือกเช่าที่พักอาศัยแทน ดังนั้นจึงมีนักลงทุนในอสังหาริมทรัพย์มาซื้อสังหาริมทรัพย์ในโครงการต่าง ๆ เพื่อการปล่อยเช่า

ด้านโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้มีการพัฒนาโครงการเพื่อเน้นให้นักลงทุนซื้อเพื่อปล่อยเช่าให้กับชาวญี่ปุ่น เช่น คอนโดมิเนียมในปัจจุบันมีการพัฒนาสไตล์ญี่ปุ่น เพื่อให้นักลงทุนซื้อแล้วสามารถปล่อยเช่าให้กับชาวญี่ปุ่นได้เลย

จากการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอันประกอบด้วย ความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนของผู้บริโภค ความสะดวกในการซื้อ และการสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญที่ต้องศึกษาเพื่อพัฒนาคอนโดโฮมให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่าชาวญี่ปุ่นสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญที่ต้องศึกษาเพื่อพัฒนาคอนโดโฮมให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่าชาวญี่ปุ่น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย

ความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) หมายถึง การแสดงถึงการเลือกใช้บริการใดบริการหนึ่งเป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้

ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อชนิดใดชนิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ความตั้งใจซื้อเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่มีต่อสินค้าของผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินสินค้าที่ผ่านมา

ความตั้งใจมีพื้นฐานมาจากข้อมูล ความรู้ เจตคติ และความเชื่อ

สรุปได้ว่า ความตั้งใจ หมายถึง ความคิดที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา โดยองค์ประกอบที่สำคัญในตัวบุคคลคือ พื้นฐานของความรู้ ความจำ และเจตคติ ซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดความตั้งใจและผลักดันให้เกิดพฤติกรรมนั้น ๆ

ความตั้งใจซื้อเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A theory of reason action) โดยความตั้งใจแสดงพฤติกรรมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ทัศนคติหรือความรู้สึกลึกที่มีต่อการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมและบรรทัดฐานทางสังคมหรือการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการกระทำหรือไม่กระทำนั้น ๆ องค์ประกอบแรกนั้นเป็นการรับรู้และการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำพฤติกรรมของตนเอง ส่วนองค์ประกอบที่สองขึ้นอยู่กับสถานการณ์เชิงสังคม กล่าวคือ ขึ้นอยู่กับความคิดของคนทั้งหลายที่ได้ใกล้ชิดและเกี่ยวข้องด้วย เช่น พ่อแม่พี่น้อง ญาติ ๆ เพื่อน ๆ เป็นต้น บุคคลเหล่านี้เห็นว่าเขาควรกระทำพฤติกรรมนั้นหรือไม่และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามคนที่เขาใกล้ชิดเกี่ยวข้องด้วยแต่ละคนมีมากน้อยเพียงใด ดังนั้นสององค์ประกอบนี้เองที่ทำให้การตัดสินใจพฤติกรรมจากความตั้งใจมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในที่สุด

ดังนั้นทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ทัศนคติต่อพฤติกรรมและบรรทัดฐานทางสังคมจะเป็นตัวร่วมกำหนดความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม โดยพฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจจะได้รับปัจจัยทั้งสองเท่า ๆ กัน แต่บางพฤติกรรมองค์ประกอบทางด้านทัศนคติอาจเป็นตัวกำหนดมากกว่า ปทัสถานทางสังคมของนักศึกษาและในบางพฤติกรรม ปทัสถานของกลุ่มอ้างอิงอาจมีอิทธิพลมากกว่าทัศนคติต่อพฤติกรรมซึ่งความสำคัญของปัจจัยทั้งสองนี้อาจแตกต่างกันของแต่ละบุคคล นอกจากปัจจัยทั้ง 2 ตัว ที่กล่าวมาแล้ว ยังได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวแปรอื่น ๆ ที่เรียกว่า “ตัวแปรภายนอก (External variables)” ปัจจัยต่าง ๆ ที่ถือเป็นตัวแทนภายนอกตามทฤษฎี ได้แก่

1. บุคลิกภาพ เช่น เป็นคนประเภทอึดนิยม เป็นพวกชอบเก็บตัวหรือแสดงตัว
2. ตัวแปรด้านประชากร เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ชนชั้นในสังคม

3. องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น บทบาทในสังคม สถานะทางสังคม การเรียนรู้ทางสังคมชาวปัญญา รูปแบบความเกี่ยวข้องหรือรูปแบบความสัมพันธ์ในหมู่เครือญาติ ตัวแปรภายนอกเหล่านี้ตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกกับพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือไม่มี ความสัมพันธ์แต่จะมีผลโดยอ้อมกับพฤติกรรม กล่าวคือ ตัวแปรภายนอกจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเฉพาะ เมื่อมันมีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่อยู่ในกรอบของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ผลของตัวแปรภายนอกจะถูกเชื่อมโดยความเชื่อ เช่น ระดับการศึกษาจะมีอิทธิพลต่อความเชื่อที่บุคคลยึดถือ กระทำให้มีอิทธิพลต่อทัศนคติและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะมีผลต่อความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมและส่งผลไปถึงพฤติกรรมในที่สุด

อย่างไรก็ตามถึงแม้จะเป็นที่ยอมรับว่าความตั้งใจของบุคคลสามารถที่จะทำนายพฤติกรรมได้แต่ในบางกรณีอาจจะมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะมีผลให้บุคคลมีความตั้งใจเปลี่ยนไปได้

1. ช่วงระยะเวลาระหว่างการจัดความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมและการสังเกตพฤติกรรมถ้าเว้นช่วงระยะเวลาหนึ่งนานขึ้นอาจจะมีผลให้ความตั้งใจที่จะปฏิบัติเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปหรืออาจถูกคาดหวังว่าต่ำลงได้
2. การได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ตัวบุคคลได้รับทราบรายละเอียดหรือข้อมูลใหม่ที่ผิดไปจากความรู้เดิมที่มีอยู่ทำให้ความเชื่อเปลี่ยนแปลงไป ความตั้งใจที่จะปฏิบัติก็เปลี่ยนไปเช่นกัน
3. จำนวนหรือลำดับขั้นของพฤติกรรม แต่หากการแสดงพฤติกรรมหรือการปฏิบัตินั้นต้องผ่านขั้นตอนมากมายหรือต้องอาศัยบุคคลอื่นหรือสิ่งอื่นช่วยจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมและพฤติกรรมจะถูกคาดหวังลดลงอีก ทำให้บุคคลนั้นเปลี่ยนความตั้งใจและล้มเลิกไม่ปฏิบัติได้
4. ความสามารถของบุคคล เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะเป็นอุปสรรค ความตั้งใจของบุคคลเป็นเพียงการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมแต่ถ้าบุคคลไม่มีความสามารถที่จะปฏิบัติได้ก็ไม่มีทางที่พฤติกรรมนั้น ๆ จะออกมาได้
5. ความจำแม้ว่าบุคคลจะมีความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม แต่เมื่อถึงเวลาจริง ๆ กลับจำไม่ได้ว่าจะต้องทำอะไรหรือลืมพฤติกรรมก็จะไม่เกิดขึ้น
6. อุปนิสัย ความตั้งใจของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมหนึ่งพฤติกรรมใด บางครั้งขึ้นอยู่กับนิสัย บางคนชอบทะเลาะในสิ่งที่ควรจะทำหรือศรัทธาประจำวันประกันพรั่งถึงแม้ตั้งใจจะทำแต่ก็ไม่ได้ทำเสียที่ทำให้ไม่ตรงกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง

สถานการณ์ในขณะที่ตัดสินใจ (Situational influences) คือ ปัจจัยทั้งหลายโดยเฉพาะทางเลือกในแง่ของเวลาและสถานที่ ที่ได้จัดการสังเกต ไม่ได้เกิดจากความรู้ของบุคคล แต่เกิดจาก

ตัวกระตุ้นของทางเลือกที่มีผลต่อพฤติกรรมในปัจจุบัน การเลือกสินค้าเป็นช่วงพิจารณาการตัดสินใจซื้อ เช่น จะซื้อเนื้อหมูหรือเนื้อไก่ดี เป็นต้น สถานการณ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่มีอยู่ 5 ประการ คือ

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ท่าเลที่ตั้ง การตกแต่งภายใน กลิ่น เสียง หรือการจัดร้าน
2. ลักษณะของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ ประกอบกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม
3. เงื่อนไขการซื้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเวลา เช่น ซื้อครั้งสุดท้ายเมื่อไหร่ ซื้อในช่วงเวลาไหน
4. การตั้งใจไปเดินซื้อเป็นความตั้งใจและความต้องการซื้อ
5. ขึ้นอยู่กับสภาพของอารมณ์ เงิน ร่างกาย

ระยะเวลาในการตัดสินใจ (Decision time) คือ เรื่องของเวลาที่จะใช้ไปสำหรับการตัดสินใจ เช่น การเลือกซื้อสินค้าบางชนิดอาจมีระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อสั้น แต่กับสินค้าบางชนิดอาจใช้เวลาานาน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ อสังหาริมทรัพย์ ประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ส่วนประสมทางการตลาด (4C) และแนวโน้มการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย สามารถกำหนดสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญข้าว มานะจรเวช (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ พบว่าในจังหวัดสมุทรปราการ การตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยเด่นที่สุดคือ ความสะดวก รongลงมาคือส่วนกลางกว้างขวาง และ Layout ของห้องพัก เรื่องการรู้จักคนในบริเวณชุมชนของชาวญี่ปุ่นมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาการเดินทางไปสถานศึกษา

ของบุตร สำหรับจังหวัดชลบุรี เค้นที่สุดคือเรื่อง Layout รองลงมาคือความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม ราคาเช่าของที่พัก และทำเลที่พำนักอาศัย เรื่องการเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวกเด่นชัดที่สุด รองลงมาคือรู้จักคนในบริเวณแหล่งชุมชนของชาวญี่ปุ่นและการเดินทางไปโรงพยาบาลได้สะดวก

บุษกร มโนตรีรัตน์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ Personalized gift ประเภทของใช้ ผ่านทางออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ Personalized gift ประเภทของใช้ ผ่านทางออนไลน์ มี 6 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านความหลากหลายของช่องทางจำหน่ายและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการโฆษณา ปัจจัยด้านการจำหน่ายทางออนไลน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ และ ปัจจัยด้านราคา

มนสา อัสวกาญจน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกเช่าพื้นที่สำนักงานขนาดเล็กในเขตศูนย์กลางธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกเช่าพื้นที่สำนักงานขนาดเล็กในเขตศูนย์กลางธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่ผู้เช่าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการบริหารเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ให้เช่า รองลงมาคือปัจจัยด้านการบริการเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย และปัจจัยด้านข้อตกลงและเงื่อนไขเรื่องสัญญาเช่าที่มีความยุติธรรมตามลำดับ และพบว่าปัจจัยที่ผู้เช่าให้ความสำคัญนั้นแตกต่างกันตามประเภทธุรกิจ จากแบบสอบถามทั้งหมด ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี ผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต และผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและยา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเช่า และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยมากที่สุด ส่วนปัญหาที่ผู้เช่าพบมากที่สุดและเห็นตรงกันคือปัญหาด้านทำเล เรื่องการจราจรติดขัด

ศิริพงษ์ นาริวงษ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือนักลงทุนที่ลงทุนเพื่อขาย ปล่อยเช่ารวมถึงลงทุนเพื่ออยู่อาศัยในระยะแรก หรือผู้ที่เคยลงทุนในคอนโดมิเนียมในรูปแบบต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท มีประสบการณ์ลงทุนน้อยกว่า

1 ปี ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี มีแหล่งข้อมูลการตัดสินใจลงทุนคือ บุคคล มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนระดับมาก และนักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยความสำเร็จ 10 ประการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

สัญญา ชนะวิบูลย์ชัย (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเส้นทางรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยมีจำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในทำเลรอบโครงการ (2) ปัจจัยด้านบุคลากรและการให้บริการสำนักงานขายโครงการ (3) ปัจจัยด้านราคา (4) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อม (5) ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ โดยในส่วนของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการส่งเสริมการขาย พบว่าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้บริโภค

สรินยา สงค์ประเสริฐ (2554) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อค่านิยมในคอนโดมิเนียมตากอากาศระดับหรูหร ในอำเภอหัวหิน โดยงานมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อค่านิยมในคอนโดมิเนียมระดับหรูหร ในอำเภอหัวหิน โฉนเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตมากที่สุด รองลงมาปัจจัยด้านการตระหนักถึงราคา ปัจจัยด้านความสนใจต่อประเด็นสาธารณะ ปัจจัยด้านความต้องการเป็นเอกลักษณ์ ผลการทดสอบสมมติฐานแล้วพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความต้องการเป็นเอกลักษณ์ส่งผลต่อการบริโภคคอนโดมิเนียมระดับหรูหร ในอำเภอหัวหิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ได้กำหนดขั้นตอนในการวิจัยลำดับดังนี้

- 1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
- 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจเมืองศรีราชา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ศรีธัญญา เลิศพุทธรักษ์, 2558, หน้า 145) โดยยอมให้เกิดข้อผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถแสดงได้ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size)
 Z = ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ร้อยละ 95
 e = ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{แทนค่าสูตร} = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกลุ่มประชากรคือ ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจเมืองศรีราชา

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจเมืองศรีราชา จำนวน 385 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูล ทฤษฎี บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษางานวิจัย และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์และทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง
4. นำแบบสอบถามไปดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน
5. รวบรวมแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างแล้วทำการหาค่าความเที่ยงตรงหรือความเชื่อมั่น (Reliability analysis)
6. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงอีกครั้งเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นและนำเสนอต่อกรรมการเพื่อประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม
7. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา จำนวน 385 ชุด

ลักษณะของแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของชาวญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่ง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response question) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบคำถามเกี่ยวกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของชาวญี่ปุ่น ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinion) โดยมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response question) จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) การสื่อสาร (Communication that connects) โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert scale โดยมีคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา โดยมีคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) จำนวน 1 ข้อ

โดยส่วนที่ 2-4 เป็นคำถามเชิงบวกโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

ระดับที่ 5 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยของการตัดสินใจโยที่กำหนดเป็นช่วงดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})/\text{จำนวนชั้น} \\
 &= (5-1)/5 \\
 &= 0.08
 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของช่วงคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	มีระดับการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	มีระดับการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	มีระดับการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) เกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.05-1.00 ถือว่าเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หรือไม่ โดยผู้เชี่ยวชาญชาวนที่มีรายชื่อดังต่อไปนี้

- 1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์
- 1.2 ดร.ชำนานู งามมณีอุดม
- 1.3 ประยูร อิจิโรคุ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานที่เข้าที่พักอาศัยในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา จำนวน 30 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) เพื่อตรวจสอบคำถามว่าสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการทดลองจนมีความเหมาะสมหรือไม่ เมื่อทำการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยทำการทดสอบด้วยสถิติ วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic package for social sciences หรือ SPSS) หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's alpha coefficient: α) และได้

กำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ไม่ต่ำกว่า 0.70 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยครั้งนี้ สามารถแยกเป็นส่วนได้ค่าความเชื่อมั่นดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ตัวแปร	Cronbach's alpha
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C)	
ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs)	.714
ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)	.808
ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy)	.862
การสื่อสาร (Communication that connects)	.727
ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม	
ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม	.765

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากแบบสอบถามที่เป็นแบบเอกสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบกลุ่มตัวอย่าง 385 คน โดยเก็บแบบตามความสะดวก เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามทั้งหมดแล้วได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้า หาข้อมูลจากหนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ อินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการจัดทำงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมด
2. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาลงรหัสให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด
3. นำคะแนนไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์รวมทั้งสถิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทดสอบสมมติฐานโดยงานวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Level of significance)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบครบถ้วน สมบูรณ์และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนของการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description statistic)

เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้พรรณนา ข้อมูลตัวแปรด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบ คอนโดโฮมรายปี ในย่านเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

1.4 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

เพื่อเปรียบเทียบระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติในการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยโดยใช้สถิติ Independent t-test และ ใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: One-way ANOVA) แตกต่าง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา โดยการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยโดยใช้สถิติ ใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: One-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย
แบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาโดยการวิเคราะห์เพื่อทดสอบ
สมมติฐานในการวิจัยโดยใช้สถิติ Multiple regression analysis: MRA



3217863427

BUU-IThesis 59750002 independent study / recv: 28122561 18:46:06 / seq: 52

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ เมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล ผู้วิจัย ได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามที่ได้แจกกลุ่มเป้าหมายจำนวน 385 ชุด นำมาวิเคราะห์ เพื่อนำไปใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึง กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังนี้

n	แทน	ค่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ t-distribution
k	แทน	ค่าจำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้สมการถดถอย
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตัวพยากรณ์รูปคะแนนมาตรฐาน

r	แทน	ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
SE_b	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตัวพยากรณ์
SE_{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง
MS	แทน	ค่าความแปรปรวน
Z	แทน	ค่าคะแนนมาตรฐานของตัวพยากรณ์
\hat{Y}	แทน	ค่าสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถาม

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 385 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้
เพศ พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.80 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 28.20

อายุ พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.30 รองลงมาคือ อายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.30 อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 13 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.10 รองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.30 และต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 8.60 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 36.10 รองลงมาคือ พนักงาน Contract คิดเป็นร้อยละ 30.60 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 22.30 และพนักงาน Sub-contract คิดเป็นร้อยละ 10.90 ตามลำดับ

ตำแหน่ง พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานระดับหัวหน้า คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร คิดเป็นร้อยละ 23.40 ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 18.40 ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 18.20 และตำแหน่งผู้ให้คำปรึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.90 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.30 รองลงมาคือ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 บาท-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.00 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 บาท-80,000 บาท และ 80,001 บาท-90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.20 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.10 และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน จำนวน 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาคือ ปัจจุบันอาศัยอยู่คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 25.50 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 และ จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน มากกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4-1 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของชาวญี่ปุ่น ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	238	61.80
หญิง	147	28.20
รวม	385	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	13	3.40
26-35 ปี	50	13.00
36-45 ปี	213	55.30
46 ปีขึ้นไป	109	28.30
รวม	385	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	8.60
ปริญญาตรี	193	50.10
สูงกว่าปริญญาตรี	159	41.30
รวม	385	100.00
อาชีพ		
พนักงานบริษัท	139	36.10
พนักงาน Sub-contract	42	10.90
พนักงาน Contract	118	30.60
ธุรกิจส่วนตัว	86	22.30
อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00
ตำแหน่ง		
ประธานกรรมการบริหาร	90	23.40
กรรมการผู้จัดการ	71	18.40
ผู้จัดการ	14	3.60
พนักงานระดับหัวหน้า	102	26.50
ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ	70	18.20
ผู้ให้คำปรึกษา	38	9.90
อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	1	0.30
50,001-70,000 บาท	8	2.10
70,001 บาท-80,000 บาท	20	5.20
80,001 บาท-90,000 บาท	20	5.20
90,001 บาท-100,000 บาท	73	19.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 100,000 บาท	263	68.30
รวม	385	100.00
อาศัยอยู่คนเดียว	98	25.50
2-3 คน	164	42.60
4-5 คน	86	22.30
มากกว่า 5 คน	37	9.60
รวม	385	100.00

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถาม

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 385 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้

กิจกรรม (Activities) พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกิจกรรมที่ทำเป็นประจำ คือ กีฬา คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 23.40 เดินห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 15.60 และความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 15.10 ตามลำดับ

ความสนใจ (Interest) พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสนใจ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญ ๆ ของไทย คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคืออาหารไทย คิดเป็นร้อยละ 33.50 วัฒนธรรมไทย คิดเป็นร้อยละ 33.50 นวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 15.10 ตามลำดับ

ความคิดเห็น (Opinion) พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชอบใช้บริการร้านค้า ร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาคือ ชอบใช้สินค้าที่นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 30.40 และ ชอบใช้ชีวิตในแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 28.30 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	จำนวน	ร้อยละ
กิจกรรม (Activities)		
กีฬา	177	46.00
ความบันเทิง	58	15.10
พักผ่อน	90	23.40
เดินห้างสรรพสินค้า	60	15.60
อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00
ความสนใจ (Interest)		
การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญ ๆ ของไทย	131	34.00
วัฒนธรรมไทย	67	17.40
อาหารไทย	129	33.50
นวดแผนไทย	58	15.10
อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00
ความคิดเห็น (Opinion)		
ชอบใช้ชีวิตในแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น	109	28.30
ชอบใช้สินค้าที่นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น	117	30.40
ชอบใช้บริการ ร้านค้า ร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น	159	41.30
รวม	385	100.00

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของที่พักอ้ายแบบคอนโดโฮม

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของคอนโดโฮม โดยใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	มีระดับการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	มีระดับการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	มีระดับการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของคอนโดโฮม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และการสื่อสาร (Communication that connect) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4-3 ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของคอนโดโฮม ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ในภาพรวม	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ	อันดับที่
1. ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs)	4.28	0.62	มากที่สุด	3
2. ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)	4.49	0.47	มากที่สุด	2
3. ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy)	4.51	0.44	มากที่สุด	1
4. การสื่อสาร (Communication that connect)	4.26	0.66	มากที่สุด	4
เฉลี่ย	4.38	0.55	มากที่สุด	-

ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ความต้องการของ ผู้บริโภค (Consumer wants and needs) อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าชาวญี่ปุ่น ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการของ ผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ด้านการจัดวาง Layout ในห้องพักอาศัยสไตล์ญี่ปุ่น และสิ่ง อำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น คีย์การ์ด และพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องออกกำลังกายสไตล์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงอันดับจากมากไปน้อยดังนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือ การจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยสไตล์ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น คีย์การ์ด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องออกกำลังกายสไตล์ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ดังแสดงในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs)	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ ในการตัดสินใจ	อันดับที่
1. การจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยสไตล์ญี่ปุ่น	4.32	0.76	มากที่สุด	2
2. มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น คีย์การ์ด	4.15	0.86	มาก	3
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและทันสมัย	4.62	0.64	มากที่สุด	1
4. พื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องออกกำลังกายสไตล์ญี่ปุ่น	4.02	0.86	มาก	4
เฉลี่ย	4.28	0.78	มากที่สุด	-

ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าชาวญี่ปุ่น ให้ความสำคัญกับต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) อยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น โดยสามารถเรียงอันดับจากมากไปน้อยดังนี้ มีการแจ้งค่าใช้จ่าย/ ต้นทุนการเข้าพักของลูกค้าอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ สามารถเลือกราคาคอนโดโฮมได้ตามงบประมาณของผู้เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

ส่วนลดค่าเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมหากทำสัญญาเป็นระยะเวลานานกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และ ราคาเหมาะสมกับคอนโดโฮม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ ในการตัดสินใจ	อันดับ ที่
1. ราคาเหมาะสมกับคอนโดโฮม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	4.39	0.73	มากที่สุด	4
2. ส่วนลดค่าเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมหากทำสัญญาเป็นระยะเวลานานกว่า 1 ปี	4.48	0.64	มากที่สุด	3
3. สามารถเลือกราคาคอนโดโฮมได้ตามงบประมาณของผู้เช่า	4.52	0.55	มากที่สุด	2
4. มีการแจ้งค่าใช้จ่าย/ ต้นทุนการเข้าพักของลูกค้าอย่างชัดเจน	4.57	0.61	มากที่สุด	1
เฉลี่ย	4.49	0.63	มากที่สุด	-

ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) อยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น โดยสามารถเรียงอันดับจากมากไปน้อยดังนี้ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ มีบริการ ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านอาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ใกล้เคียงสถานที่สำคัญๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และภูมิทัศน์โดยรอบของที่พักอาศัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสะดวกในการซื้อ
(Convenience to buy) ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy)	\bar{X}	SD	ระดับอิทธิพล ในการตัดสินใจ	อันดับที่
1. การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก	4.58	0.50	มากที่สุด	1
2. ใกล้สถานที่สำคัญ ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน	4.49	0.55	มากที่สุด	3
3. มีบริการ ร้านซักรีด ร้านอาหาร	4.57	0.52	มากที่สุด	2
4. ภูมิทัศน์โดยรอบของที่พักอาศัย	4.40	0.63	มากที่สุด	4
เฉลี่ย	4.51	0.55	มากที่สุด	-

ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร (Communication that connects) อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับการสื่อสาร (Communication that connects) ด้านโฆษณาห้องพัก ที่ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โดยให้ข้อมูลที่พักอาศัยภาษาญี่ปุ่นและมีพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับคอนโดโฮมเป็นภาษาญี่ปุ่นได้ อยู่ในระดับมากที่สุดหาข้อมูลที่พักได้จากช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Line และคอนโดโฮมมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น จับสลาก แจกคูปองร้านอาหาร อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงอันดับจากมากไปน้อยดังนี้ มีพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับคอนโดโฮมเป็นภาษาญี่ปุ่นได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือ โฆษณาห้องพัก ที่ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โดยให้ข้อมูลที่พักอาศัยภาษาญี่ปุ่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 หาข้อมูลที่พักได้จากช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Line มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และคอนโดโฮมมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น จับสลาก แจกคูปองร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสื่อสาร (Communication that connects) ของคอนโดโฮม ผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

การสื่อสาร (Communication that connects)	\bar{X}	SD	ระดับอิทธิพลในการตัดสินใจ	อันดับที่
1. โฆษณาห้องพัก ที่ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โดยให้ข้อมูลที่พักอาศัยภาษาญี่ปุ่น	4.32	0.76	มากที่สุด	2
2. หาข้อมูลที่พักได้จากช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Line	4.12	0.92	มาก	3
3. มีพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับคอนโดโฮมเป็นภาษาญี่ปุ่นได้	4.62	0.67	มากที่สุด	1
4. คอนโดโฮมมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น จับสลาก แจกคู่มือร้านอาหาร	3.96	0.94	มาก	4
เฉลี่ย	4.26	0.82	มากที่สุด	-

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น

ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมอยู่ในมาก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าโดยส่วนใหญ่ตั้งใจที่จะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ จะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมแม้มีราคาสูงกว่า คอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนท์ทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ จะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมตลอดระยะเวลาที่ท่านเข้ามาทำงานในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี
ของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม	\bar{X}	SD	ระดับอิทธิพล ในการตัดสินใจ	อันดับที่
1. ท่านตั้งใจที่จะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม รายปี	4.10	0.76	มาก	1
2. ท่านจะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมแม้มีราคา สูงกว่าคอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนท์ทั่วไป	3.96	0.92	มาก	2
3. ท่านจะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมตลอด ระยะเวลาที่ท่านเข้ามาทำงานในย่านธุรกิจ ของเมือง ศรีราชา	3.93	1.02	มาก	3
เฉลี่ย	3.98	0.90	มาก	-

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ
ของเมืองศรีราชา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

H_0 : ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมือง
ศรีราชา ไม่แตกต่างกัน ตามลักษณะประชากร

H_1 : ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมือง
ศรีราชา แตกต่างกัน ตามลักษณะประชากร

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาว
ญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติแบบ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
หมายความว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีเพศต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกัน
ดังแสดงในตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 10 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี
ของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามเพศ (n = 385)

เพศ	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่าน ธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	t	Sig
ชาย	238	3.84	0.71	-4.45	.000*
หญิง	147	4.22	0.87		

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามอายุโดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีอายุต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 10)

ดังนั้น จึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามอายุ (n = 385)

อายุ	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นใน ย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	13	3.00	0.00	25.10	.000*
26-35 ปี	50	3.56	0.76		
36-45 ปี	213	3.93	0.78		
45 ปีขึ้นไป	109	4.39	0.65		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่น ที่มีอายุแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม พบว่า

1. ชาวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีน้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุ 26-35 ปี ช่วงอายุ 36-45 ปี และ ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.56, 0.93 และ 1.39 ตามลำดับ

2. ชาวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุ 26-35 ปี มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมน้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีอายุ 36-45 ปี 46 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.37 และ 0.83 ตามลำดับ

3. ชาวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุ 36-45 มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมน้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46 (ดังแสดงในตารางที่ 11)

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีอายุแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

อายุ	n	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
			3.00	3.56	3.93	4.39
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	13	3.00	-	-0.56*	-0.93*	-1.39*
26-35 ปี	50	3.56		-	-0.37*	-0.83*
36-45 ปี	213	3.93			-	-0.46
46 ปีขึ้นไป	109	4.39				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 12)

ดังนั้น จึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามระดับการศึกษา (n = 385)

ระดับการศึกษา	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	3.39	0.90		
ปริญญาตรี	193	3.66	0.75	80.24	.000*
สูงกว่าปริญญาตรี	159	4.49	0.48		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี พบว่า

1. ชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี น้อยกว่าชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27 และ 1.10 ตามลำดับ

2. ชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีน้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.82 (ดังแสดงในตารางที่ 13)

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
			ปริญญาตรี		
			3.39	3.66	4.49
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	3.39	-	-0.27*	-1.10*
ปริญญาตรี	193	3.66		-	-0.82*
สูงกว่าปริญญาตรี	159	4.49			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 14)

ดังนั้น จึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาว
ญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตามอาชีพ (n = 385)

อาชีพ	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่าน ธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
พนักงานบริษัท	139	3.72	0.63	10.45	.000*
พนักงาน Sub-contract	42	4.02	0.94		
พนักงาน Contract	118	4.25	0.83		
ธุรกิจส่วนตัว	86	4.01	0.80		
แม่บ้าน	-	-	-		
อื่น ๆ	-	-	-		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นอาชีพแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย
แบบคอนโดโฮมรายปี พบว่า

1. ชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม
น้อยกว่า พนักงาน Sub-contract พนักงาน Contract และ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30, 0.54 และ 0.29

2. ชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพเป็น พนักงาน Contract มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม
มากกว่าชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่าง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 (ดังแสดงในตารางที่ 15)

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

อาชีพ	n	\bar{X}	พนักงาน	พนักงาน Sub-	พนักงาน	ธุรกิจ
			บริษัท	contract	Contract	ส่วนตัว
			3.72	4.02	4.25	4.01
พนักงานบริษัท	139	3.72	-	-0.30*	-0.54*	-0.29*
พนักงาน Sub-contract	42	4.02		-	-0.23	0.01
พนักงาน Contract	118	4.25			-	0.25*
ธุรกิจส่วนตัว	86	4.01				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตามตำแหน่งโดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 16)

ดังนั้น จึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี
ของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตาม ตำแหน่ง (n = 385)

ตำแหน่ง	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่าน ธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
ประธานกรรมการบริหาร	90	4.61	0.34		
กรรมการผู้จัดการ	71	3.84	0.77		
ผู้จัดการ	14	4.40	0.73	45.76	0.000*
พนักงานระดับหัวหน้า	102	3.34	0.47		
ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ	70	4.32	0.73		
ผู้ให้คำปรึกษา	38	3.71	0.96		
อื่น ๆ	-	-	-		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่งแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี พบว่า

1. ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.77 และมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมมากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง พนักงานระดับหัวหน้า ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ และ ผู้ให้คำปรึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.27 0.29 และ 0.89 ตามลำดับ

2. ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง ผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ และ ผู้ให้คำปรึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.56, 0.48, 0.12 ตามลำดับ และมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมมากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง พนักงานระดับหัวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.50

3. ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง ผู้จัดการ มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมน้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง ผู้ให้คำปรึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ

0.68 และมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมมากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง พนักงานระดับหัวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.06

4. ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง พนักงานระดับหัวหน้า มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง ผู้ให้คำปรึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37 และมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมมากกว่าชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.98

5. ชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม น้อยกว่าชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่ง ผู้ให้คำปรึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.60

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของชาวญี่ปุ่นที่มีตำแหน่งแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

ตำแหน่ง	n	\bar{X}	ประธาน	กรรมการ	ผู้จัดการ	พนักงานระดับ	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้ให้
			กรรมการบริหาร	ผู้จัดการ		หัวหน้า	พิเศษ	คำปรึกษา
			4.61	3.84	4.40	3.33	4.32	6.80
ประธาน				-0.77*				
กรรมการบริหาร	90	4.61	-		0.21	1.27*	0.29*	0.89*
กรรมการผู้จัดการ	71	3.84		-	-0.56*	0.50*	-0.48*	-0.12
ผู้จัดการ	14	4.40			-	1.06*	0.08	-0.68*
พนักงานระดับหัวหน้า	102	3.33				-	0.98*	-0.37*
ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ	70	4.32					-	-0.60*
ผู้ให้คำปรึกษา	38	3.72						-
อื่น ๆ	-	-						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติแบบ One way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าชาวญี่ปุ่นที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 18)

ตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี
ของชาวญี่ปุ่น ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (n = 385)

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่าน ธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000	1	2.66			
50,001-70,000 บาท	8	3.54	1.12		
70,001-80,000 บาท	20	3.77	0.75	6.11	.000*
80,001-90,000 บาท	20	3.22	0.48		
90,001-100,000 บาท	73	3.97	0.82		
มากกว่า 100,000 บาท	263	4.08	0.77		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน โดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าชาวญี่ปุ่นที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน แตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 4-19)

ดังนั้น จึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี
ของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาจำแนกตาม จำนวนสมาชิกในครอบครัว
ที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน (n = 385)

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่าน ธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
อาศัยอยู่คนเดียว	98	3.63	0.62		
2-3 คน	164	3.96	0.84	13.77	.000*
4-5 คน	86	4.32	0.71		
มากกว่า 5 คน	37	4.21	0.83		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นอาชีพแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย
แบบคอนโดโฮมรายปี พบว่า

1. ชาวญี่ปุ่นที่ พักอาศัยอยู่คนเดียว มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม น้อยกว่า
ชาวญี่ปุ่นที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน 2-3 คน, 4-5 คน, และ
มากกว่า 5 คนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.321 0.69 และ
0.57 ตามลำดับ

2. ชาวญี่ปุ่นที่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน 2-3 คน
มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่
อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน 4-5 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 0.37 และ มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยมากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว
ที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน มากกว่า 5 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่าง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26

3. ชาวญี่ปุ่นที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน 4-5 คน มีความ
ตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม มากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่
ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน มากกว่า 5 คนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ
0.11

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน	n	\bar{X}	อาศัยอยู่คนเดียว	2-3 คน	4-5 คน	มากกว่า 5 คน
			3.63	3.95	4.32	4.21
อาศัยอยู่คนเดียว	98	3.63	-	-0.32*	-0.69*	-0.57*
2-3 คน	164	3.95		-	-0.37*	0.26*
4-5 คน	86	4.32			-	0.11*
มากกว่า 5 คน	37	4.21				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตาม รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

H_0 : ชาวญี่ปุ่นที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีไม่แตกต่างกัน

H_1 : ชาวญี่ปุ่นที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามกิจกรรม (Activities) โดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าชาวญี่ปุ่นที่มีความชอบในกิจกรรมที่ต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 21)

ดังนั้น จึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี
ของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชาจำแนกตามกิจกรรม (Activities) (n = 385)

กิจกรรม (Activities)	ความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่าน ธุรกิจ ของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
กีฬา	177	4.15	0.72		
ความบันเทิง	58	4.31	0.76		
พักผ่อน	90	3.51	0.61	19.29	.000*
เดินห้างสรรพสินค้า	60	3.86	0.97		
อื่น ๆ	-	-	-		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) แตกต่างกันต่อ
ความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี พบว่า

1. ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านกีฬา มีความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบ
คอนโดโฮมรายปี น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านพักผ่อนอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64 และมีความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโด
โฮมรายปี มากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านเดินห้างสรรพสินค้า อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

2. ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านความบันเทิง มีความตั้งใจเข้าที่พักออาศัย
แบบคอนโดโฮมรายปี น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านพักผ่อนอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.50 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80 และมีความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโด
โฮมรายปี มากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านการเดินห้างสรรพสินค้า อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

3. ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านการพักผ่อน มีความตั้งใจเข้าที่พักออาศัย
แบบคอนโดโฮมรายปี น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ด้านการเดินห้างสรรพสินค้า
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 (ดังแสดงในตารางที่ 22)

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่ชอบ กิจกรรม (Activities) ต่างกัน
ต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

กิจกรรม (Activities)	n	\bar{X}	กีฬา	ความบันเทิง	พักผ่อน	เดิน
			4.15	4.31	3.51	3.86
กีฬา	177	4.15	-	-0.16	-0.64*	0.30*
ความบันเทิง	58	4.31		-	-0.80*	0.45*
พักผ่อน	90	3.51			-	-0.35*
เดิน	60	3.86				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนก ความสนใจ (Interest) โดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าชาวญี่ปุ่นที่มีความสนใจ (Interest) ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 23)

ดังนั้น จึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของ ชาว
 ภูมิลำเนาในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตามความสนใจ (Interest) (n = 385)

ความสนใจ (Interest)	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวภูมิลำเนาในย่าน ธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
การท่องเที่ยวในแหล่ง ธรรมชาติ ที่สำคัญ ๆ ของไทย	131	4.04	0.71		
วัฒนธรรมไทย	67	4.20	0.68	26.23	.000*
อาหารไทย	129	4.15	0.82		
นวดแผนไทย	58	3.21	0.62		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวภูมิลำเนาที่มีความสนใจ (Interest) แตกต่างกันต่อ
 ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี พบว่า

1. ชาวภูมิลำเนาที่มีความสนใจ (Interest) ด้านการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่สำคัญ ๆ ของ
 ไทย มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี มากกว่า ชาวภูมิลำเนาที่มีความสนใจ (Interest)
 ด้าน นวดแผนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.83

2. ชาวภูมิลำเนาที่มีความสนใจ (Interest) ด้านวัฒนธรรมไทย มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย
 แบบคอนโดโฮมรายปี น้อยกว่า ชาวภูมิลำเนาที่มีความสนใจ (Interest) ด้าน นวดแผนไทย อย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.99

3. ชาวภูมิลำเนาที่มีความสนใจ (Interest) ด้าน อาหารไทย มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบ
 คอนโดโฮมรายปี มากกว่า ชาวภูมิลำเนาที่มีความสนใจ (Interest) ด้านนวดแผนไทย อย่างมีนัยสำคัญ
 ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.99 (ดังแสดงในตารางที่ 24)

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีความสนใจ (Interest) แตกต่างกัน ต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

ความสนใจ (Interest)	n	\bar{X}	การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญ ๆ ไทย	วัฒนธรรมไทย	อาหารไทย	นวดแผนไทย
			4.04	4.20	4.15	3.21
การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญ ๆ ของไทย	131	4.04	-	-0.16	-0.11	0.83*
วัฒนธรรมไทย	67	4.20		-	0.49	-0.99*
อาหารไทย	129	4.15			-	0.94*
นวดแผนไทย	58	3.21				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนก ความคิดเห็น (Opinion) โดยใช้สถิติแบบ One-way analysis of variance ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าชาวญี่ปุ่นที่มีความคิดเห็น (Opinion) ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังแสดงในตารางที่ 25)

ตารางที่ 26 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของ
ชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำแนกตาม ความคิดเห็น (Opinion) (n = 385)

ความคิดเห็น (Opinion)	ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่าน ธุรกิจของเมืองศรีราชา				
	n	\bar{X}	SD	F	Sig.
1. ชอบใช้ชีวิตในแหล่ง ชุมชนชาวญี่ปุ่น	109	3.95	0.88		
2. ชอบใช้สินค้าที่นำเข้ามา จากประเทศญี่ปุ่น	117	4.50	0.54	51.54	.000*
3. ชอบใช้บริการ ร้านค้า ร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็น ภาษาญี่ปุ่น	159	3.62	0.69		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของชาวญี่ปุ่นที่มี ความคิดเห็น (Opinion) แตกต่างกันต่อ
ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี พบว่า

1. ชาวญี่ปุ่นที่มี ความคิดเห็น (Opinion) เกี่ยวกับการใช้ชีวิตในแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น
มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี น้อยกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มี ความคิดเห็น (Opinion)
เกี่ยวกับ การใช้สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมี
ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.54 และ มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี มากกว่า ชาวญี่ปุ่น
ที่มี ความคิดเห็น (Opinion) เกี่ยวกับการใช้บริการ ร้านค้า ร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

2. ชาวญี่ปุ่นที่มี ความคิดเห็น (Opinion) เกี่ยวกับการใช้สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศ
ญี่ปุ่น มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี มากกว่า ชาวญี่ปุ่นที่มี ความคิดเห็น
(Opinion) เกี่ยวกับการใช้บริการ ร้านค้า ร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.87 (ดังแสดงในตารางที่ 26)

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของชาวญี่ปุ่นที่มีความคิดเห็น (Opinion) แตกต่างกันต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี (n = 385)

ความคิดเห็น (Opinion)	n	\bar{X}	ชอบใช้ชีวิตใน	ชอบใช้สินค้าที่	ชอบใช้บริการ
			แหล่งชุมชนชาว ญี่ปุ่น	นำเข้ามาจาก ประเทศญี่ปุ่น	ร้านค้า ร้านอาหาร ที่ให้ข้อมูลเป็น ภาษาญี่ปุ่น
			3.95	4.50	3.62
1. ชอบใช้ชีวิตในแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น	109	3.95	-	-0.54	0.33
2. ชอบใช้สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น	117	4.50		-	0.87
3. ชอบใช้บริการร้านค้าร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น	159	3.62			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) อย่างน้อย 1 ด้านไม่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) อย่างน้อย 1 ด้านมีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ดังแสดงในตารางที่ 27)

ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ได้จากความถดถอยพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาด (4C)

	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
Regression	65.91	4	16.48	34.87	.000*
Residual	179.55	380	0.47		
Total	245.46	384			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวร่วมกันมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น .518 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 26.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.261

สมการพยากรณ์จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวรายย่อยได้ขยายการลงทุนจากพอร์ตหุ้นเดิมในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาโดยใช้คะแนนดิบ สามารถเขียนได้ดังนี้

\hat{Y} (ความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา) = 1.955 + 0.910 ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) - 0.252 ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)

สามารถพยากรณ์ความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา สามารถเขียนได้ดังนี้

Z (ความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา) = 0.715 ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) - 0.148 ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)

ดังนั้นสรุปได้ว่าตัวแปรความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) มีอิทธิพลทางบวก ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) มีอิทธิพลในทางลบกับความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จึงสามารถยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) อย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อความตั้งใจเข้าที่พักออาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา (ดังแสดงในตารางที่ 28)

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple linear regression analysis) ทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4C) ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Collinearity statistics	
	B	Std. error	Beta			Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.955	.437		4.474	.000*		
1. ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs)	.910	.242	.715	3.758	.000*	.053	18.778
2. ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)	-.252	.092	-.148	-2.743	.006*	.660	1.514
3. ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy)	-.005	.084	-.003	-0.064	.949	.891	1.122
4. การสื่อสาร (Communication that connects)	-.167	.225	-.139	-0.741	.459	.055	18.335
R	.518						
R ²	.269						
Adjusted R square	.261						
Durbin-Watson	1.696						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรต้น	ความตั้งใจเข้าที่พักรักษาแบบคอนโดโฮม
1. สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	
1.1 เพศ	ปฏิเสธ H_0
1.2 อายุ	ปฏิเสธ H_0
1.3 ระดับการศึกษา	ปฏิเสธ H_0
1.4 อาชีพ	ปฏิเสธ H_0
1.5 ตำแหน่ง	ปฏิเสธ H_0
1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปฏิเสธ H_0
1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว	ปฏิเสธ H_0
2. สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	-
2.1 กิจกรรม (Activities)	ปฏิเสธ H_0
2.2 ความสนใจ (Interest)	ปฏิเสธ H_0
2.3 ความคิดเห็น (Opinion)	ปฏิเสธ H_0
3. สมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (4C)	-
3.1 ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs)	ปฏิเสธ H_0
3.2 ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)	ปฏิเสธ H_0
3.3 ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy)	ยอมรับ H_0
3.4 การสื่อสาร (Communication that connects)	ยอมรับ H_0

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชาในครั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา จำนวน 385 กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) และ ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและตัวแปรเชิงอนุมาน ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปการประมวลผลทางสังคมศาสตร์ (SPSS for window) โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบ (Factor analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติค่าที (t-test) ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination: R^2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.80 โดยมีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.30 สำหรับการศึกษานั้นส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 50.10 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 36.10 มีตำแหน่งเป็นพนักงานระดับหัวหน้า คิดเป็น



3217863427

ร้อยละ 26.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.30 และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามพบว่าชาวญี่ปุ่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกิจกรรม (Activities) ที่ทำเป็นประจำคือ กิจกรรมด้านกีฬา คิดเป็นร้อยละ 46.00 ด้านความสนใจ (Interest) คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญ ๆ ของไทย คิดเป็นร้อยละ 34.00 และ ด้านความคิดเห็น (Opinion) เกี่ยวกับการใช้ชีวิตในประเทศไทย คือ ชอบใช้บริการร้านค้า ร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 41.30

ส่วนประสมทางการตลาด (4C) ของคอนโดโฮมที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยสามารถเรียงอันดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ ด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และด้านการสื่อสาร (Communication that connect) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม ชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยสามารถเรียงอันดับจากมากไปน้อยดังนี้ ตั้งใจที่จะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ตั้งใจที่จะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ ตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมตลอดระยะเวลาที่ท่านเข้ามาทำงานในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

สำหรับผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ชาวญี่ปุ่นที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่ง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าชาวญี่ปุ่นที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แตกต่างกันมีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) มีอิทธิพลทางบวก กับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) มีอิทธิพลทางลบ ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา สามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่ง ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน แตกต่างกัน มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลการศึกษาที่พบนั้นมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญข้าว มานะขจรเวช (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ของญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ประกอบด้วย กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion)

ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลการศึกษาที่พบนั้นมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพงษ์ นารีวงษ์ (2560) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในคอนโดมิเนียมของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) มีอิทธิพลทางบวกกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้าน ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) มีอิทธิพลทางลบกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลการศึกษาที่พบนั้นมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุษกร มโนศรีรัตน์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ Personalized gift ประเภทของใช้ผ่านทางออนไลน์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ Personalized gift ประเภทของใช้ ผ่านทางออนไลน์ มี 6 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านความหลากหลายของช่องทางจัดจำหน่ายและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการโฆษณา ปัจจัยด้านการจำหน่ายทางออนไลน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ และปัจจัยด้านราคา

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการศึกษารังนี้ ดังนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์ ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา มีรายได้ค่อนข้างสูงและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยอยู่ด้วยกัน 4-5 คน ดังนั้นในการพัฒนาที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมให้ชาวญี่ปุ่นเช่นนั้น ควรมีขนาดห้องพักที่เหมาะสมสำหรับขนาดครอบครัวของชาวญี่ปุ่นที่จะมาเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม
2. รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ชาวญี่ปุ่นมีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ชอบกิจกรรมด้านความบันเทิงและกีฬา มีความสนใจ วัฒนธรรมไทย และอาหารไทย และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในประเทศไทย คือ ชอบใช้สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น ดังนั้น

ในการพัฒนาคอนโดโฮมเพื่อให้ลูกค้าชาวญี่ปุ่นตัดสินใจเช่าจึงควรมีการจัดกิจกรรมด้านความบันเทิงและในคอนโดโฮมควรมีห้องออกกำลังกายหรือมีบัตรส่วนลดฟิตเนสให้กับผู้เช่าหรือมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและมีร้านอาหารไทยมาให้บริการ รวมถึงควรรนำสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นมาจำหน่ายหรือมีสินค้ามาเป็นของสมนาคุณให้กับผู้เช่าชาวญี่ปุ่นในโอกาสพิเศษ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C) จากการศึกษาพบว่า ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ส่งผลในทางบวกกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย ดังนั้น ในการพัฒนาคอนโดโฮมเพื่อให้เช่าควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่เพียงพอและทันสมัย และมีการจัดวาง Layout ในห้องพักสไตล์ญี่ปุ่น สำหรับต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) ส่งผลในทางลบกับความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย ดังนั้นควรมีการแจ้งค่าใช้จ่าย/ ต้นทุนการเข้าพักของลูกค้าอย่างชัดเจน และให้ผู้เช่าสามารถเลือกราคาค่าเช่าได้ตามงบประมาณของผู้เช่า

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หลังจากที่ได้ดำเนินการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่นในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา ผู้วิจัยเห็นว่า

1. การศึกษาครั้งนี้เน้นศึกษาเฉพาะชาวญี่ปุ่นที่มาทำงานและพักอาศัยในย่านธุรกิจเมืองศรีราชา ในระยะ 5 กิโลเมตร ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้นควรศึกษาในระยะที่มากกว่านี้ หรือศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นด้วย เนื่องจากเมืองศรีราชาเป็นแหล่งอุตสาหกรรมจึงมีชาวต่างชาติจากหลายประเทศเข้ามาทำงาน จะทำให้สามารถพัฒนาที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมได้ตรงตามกับความต้องการของลูกค้าหลายกลุ่มมากขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม โดยเน้นที่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด แต่ในปัจจุบันการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยนั้นยังมีปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติ เป็นต้น จึงควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- ขวัญข้าว มานะจรเวช. (2556). *ปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี*. วิทยานิพนธ์เกณฑพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทำเลค้ำฟ้า คอนโดปล่อยเช่าชาวต่างชาติ. (2561). เข้าถึงได้จาก www.bkkcitismart.com/บทความ/การเช่าอสังหาริมทรัพย์/คอนโด-ปล่อยเช่า-ชาวต่างชาติ
- นิติ รัตนปริษาเวช. (2559). *หลักการและแนวคิดในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุริม โอทกานนท์. (2556). *4C's การตลาดปฏิวัติ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุษกร มโนตรัยรัตน์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ Personalized gift ประเภทของใช้ผ่านทางออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนสา อัสวกาญจน์. (2554). *ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกเช่าพื้นที่สำนักงานขนาดเล็กในเขตศูนย์กลางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์เกณฑพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขงยุทธ ชัยพรหมประสิทธิ์. (2561). *ศรัทธาได้รับอีอีซี ลงทุนปล่อยเช่าบูม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.posttoday.com/property/news/534820>
- ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์. (2558). *การวิจัยการจัดการและการให้คำปรึกษา*. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริพงษ์ นารีวงษ์. (2560). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2547). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- สนธยา วนิชวัฒน์. (2556). *กระบวนการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



3217863427

- สรินยา สงค์ประเสริฐ. (2554). *รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อค่านิยมในคอนโดมิเนียมตากอากาศระดับหรูหราร ในอำเภอหัวหิน*. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ลัญชัย ชนะวิบูลย์ชัย. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โสภณ พรโชคชัย. (2555). *การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer behavior*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ส่องท่าเสศิริราชา *กับการเติบโตตลาดอสังหาริมทรัพย์รองรับ EEC*. (2561). เข้าถึงได้จาก <https://www.ddproperty.com/ข่าวอสังหาริมทรัพย์-บทความ/2017/12/166274/%>
- สัญญาเช่าทรัพย์*. (2561). เข้าถึงได้จาก: <https://www.smartsme.co.th/content/29156>
- 5 *พื้นที่ศรีราชา ทำเลทองภาคตะวันออก รองรับลงทุนอีอีซี*. (2561). เข้าถึงได้จาก <https://www.plus.co.th/>

ภาคผนวก



3217863427

BUU iThesis 59750002 independent study / recv: 28122561 18:46:06 / seq: 52

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



3217863427

BUU iThesis 59750002 independent study / recv: 28122561 18:46:06 / seq: 52



ブラパー商業大学 大学院
Graduate school of Commerce Burapha University
169 Long Had Bangsaen Rd, Tambon Saen Suk, Amphoe Mueang ChonBuri

アンケート調査

概要

私はブラパー商業大学の大学院生です。「日本人にとって住宅を借りる際、最終的な意思決定に至るまでの把握」を目的にアンケートをさせていただきたいと思っております。ご面倒をお掛け致しますが、ご協力をお願い致します。

本アンケートにおいて、主な調査内容は4つのセクションに分かれています。

セクションI：シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定に影響を与える主要な人口統計データ。

セクションII：シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定に影響を与える生活スタイルに関するデータ(Lifestyle)。

セクションIII：シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定に影響を与えるマーケティングミックスの4C（顧客目線）。

セクションIV：シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定。

セクションI シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定に影響を与える主要な人口統計データ。

以下の質問に、該当するもの、□に✓をお付けて下さい。

(その他の場合、ご記入をお願い致します。)

1.性別

1. 男性 2. 女性

2.年齢

1. 25歳以下 2. 26～35歳
3. 36～45歳 4. 46歳以上

3.学歴

1. 大学卒以下 2. 大学卒 3. 大学卒以上

4.職業

1. 正社員 2. 請負社員 3. 契約社員 4. 自営業
5. その他 (.....)

5.役職

1. 代表取締役会長 2. 取締役 3. 部長
4. マネジメントレベル 5. 技術者 6. コンサルタント
7. その他 (.....)

6.世帯の月収

1. 50,000バーツ未満 2. 50,001～70,000バーツ
 3. 70,001～80,000バーツ 4. 80,001～90,000バーツ
 5. 90,001～100,000バーツ 6. 100,000バーツ以上

7.家族構成

1. 一人暮らし 2. 2～3人
 3. 4～5人 4. 5人以上

セクションII：シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定に影響を与える生活スタイルに関するデータ(Lifestyle)。

以下の質問に、該当するもの一つに□に✓をお付けて下さい。
 (その他の場合、ご記入をお願い致します。)

1. 活動(Activities)

1. スポーツ 2. エンターテインメント 3. 家で過ごす
 4. デパート 5. その他 (……………)

2. シラチャ周辺で生活し、ご興味があるものをお選びください。

1. タイの自然の観光名所
 2. タイの文化
 3. タイ料理
 4. タイマッサージ
 5. その他 (……………)

3. タイでの生活に関するあなたの意見を聞かせてください。

1. あなたは日本人の集まる周辺での生活が良い。
 2. あなたは日本から輸入された製品を使うのが好き。
 3. あなたは日本語の説明がある飲食店やお店等が好きで、よく利用する。

セクションIII：シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定に影響を与えるマーケティングミックスの4C（顧客目線）。

以下の質問に、該当する欄に✓をお付けて下さい。

優先順位（5 = 高い, 4 = やや高い, 3 = 普通, 2 = やや低い, 1 = 低い）

マーケティングミックス (4C)	重視度				
	5	4	3	2	1
消費者のニーズ (Consumer wants and needs)					
住宅を選ぶ際、重視していた住宅のスタイル					
1.日本スタイルレイアウト					
2.セキュリティカードシステム有り					
3.おしゃれ感のある家具家電付き					
4.充実した共益施設（日本人の運動スタイル）					

消費者の予算 (Consumer's cost to satisfy)					
家賃に関する重視していたもの					
1.生活用品完備で利便性を備えた部屋に対するコンドホームの適切な価格帯。					
2.一年以上賃貸借契約の場合、家賃の値引きが付く。					
3.予算範囲内でコンドホームの家賃を選べる。					
4.費用に関する情報を十分に説明してもらえる。					
購入することの便利さ (Convenience to buy)					
住宅を選ぶ際、重視していた便利さ					
1.交通便利					
2.商業施設に近い。(生活利便：デパートや学校までの距離など)					
3.飲食店・クリーニングのサービス					
4.住宅周辺の眺望や風景					
コミュニケーション (Communication that connects)					
住宅を選ぶ際、重視していたコミュニケーションツール					
1.飲食店や喫茶店で賃貸住宅案内に物件の賃貸情報を日本語で掲載してある。					
2. FacebookやLine(SNS)を通じて住宅の賃貸情報を探す。					
3.コンドホームの賃貸情報について日本語でアドバイスができる不動産屋。					
4.特別活動がある賃貸住宅。 例：抽選でお得な食事券がもらえる。					

セクションIV：シラチャ周辺の住宅を借りる日本人の意思決定。

以下の質問に、該当する欄に✓をお付けて下さい。

優先順位 (5 = 高い, 4 = やや高い, 3 = 普通, 2 = やや低い, 1 = 低い)

コンドホームを借りる意思	重視度				
	5	4	3	2	1
住居用として借りる意思					
1.あなたは年間賃貸借契約のコンドホームを借りる。					
2.あなたはコンドホームの家賃がコンドミニウムやアパート等より高いが、借りる。					
3.あなたはシラチャ周辺に駐在する間、コンドホームを借りる。					

コメント

.....



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Graduate school of Commerce Burapha University
169 ถนนลพทาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสอบถาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ ผู้ทำวิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบ

แบบสอบถามและขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้ แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยรายปีของชาวญี่ปุ่น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ ใน ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละตัวเลือก

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี

2. 26-35 ปี

3. 36-45 ปี

4. 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. พนักงานบริษัท 2. พนักงาน Sub-contract
 3. พนักงาน Contract 4. ธุรกิจส่วนตัว
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

5. ตำแหน่ง

1. ประธานกรรมการบริหาร 2. กรรมการผู้จัดการ 3. ผู้จัดการ
 4. พนักงานระดับหัวหน้า 5. ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ 6. ผู้ให้คำปรึกษา
 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

6. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท 2. 50,001-70,000 บาท
 3. 70,001-80,000 บาท 4. 80,001-90,000 บาท
 5. 90,001-100,000 บาท 6. มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ณ ปัจจุบัน

1. อาศัยอยู่คนเดียว 2. 2-3 คน
 3. 4-5 คน 4. มากกว่า 5 คน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของชาวญี่ปุ่นที่พักอาศัยในเขตเศรษฐกิจ เมืองศรีราชา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ใน ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละตัวเลือก (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)

1. กิจกรรม (Activities) ที่ท่านทำเป็นประจำ

1. กีฬา 2. ความบันเทิง 3. พักผ่อน
 4. เดินห้างสรรพสินค้า 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

2. ความสนใจ (Interest) ของท่านเมื่อเข้ามาทำงานและพักอาศัยในอำเภอศรีราชา

1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่สำคัญ ๆ ไทย
 2. วัฒนธรรมไทย
 3. อาหารไทย
 4. นวดแผนไทย
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

3. ความคิดเห็น (Opinion) ของท่านเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในประเทศไทย

1. ท่านชอบใช้ชีวิตในแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น
2. ท่านชอบใช้สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น
3. ท่านชอบใช้บริการ ร้านค้า ร้านอาหารที่ให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่น

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 4C ของที่พักอาศัยรายปีตามการรับรู้ของชาวญี่ปุ่น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ ใน ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละตัวเลือก

ระดับความเห็น (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs)					
ท่านให้ความสำคัญกับรูปแบบที่พักอาศัยในด้านต่าง ๆ อย่างไร					
1. การจัดวาง Layout ในห้องพักอาศัยสไตล์ญี่ปุ่น					
2. มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น คีย์การ์ด					
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและทันสมัย					
4. พื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องออกกำลังกายสไตล์ญี่ปุ่น					
ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy)					
ท่านให้ความสำคัญกับราคาเช่าที่พักอาศัยอย่างไร					
1. ราคาเหมาะสมกับคอนโดโฮม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก					
2. ส่วนลดค่าเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมหากทำสัญญาเป็นระยะเวลานานกว่า 1 ปี					
3. สามารถเลือกราคา คอนโดโฮมได้ตามงบประมาณของผู้เช่า					
4. มีการแจ้งค่าใช้จ่าย/ ต้นทุนการเข้าพักของลูกค้าอย่างชัดเจน					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy)					
ในการเลือกที่พักรักษาของท่าน ท่านให้ความสนใจในด้านต่าง ๆ อย่างไร					
1. การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก					
2. ใกล้สถานที่สำคัญ ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน					
3. มีบริการ ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านอาหาร					
4. ภูมิทัศน์โดยรอบของที่พักรักษา					
การสื่อสาร (Communication that connects)					
ในการเลือกที่พักรักษาของท่าน ท่านให้ความสนใจในด้านต่าง ๆ อย่างไร					
1. โฆษณาห้องพัก ที่ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โดยให้ข้อมูลที่พักรักษา ภาษาอังกฤษ					
2. หาข้อมูลที่พักได้จากช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line					
3. มีพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับคอนโดโฮมเป็นภาษาอังกฤษได้					
4. คอนโดโฮมมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น จับสลาก แจกคูปองร้านอาหาร					

ตอนที่ 4 ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ ใน ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละตัวเลือก ระดับความเห็น (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความตั้งใจเช่าที่พักอาศัย					
1. ท่านตั้งใจที่จะเช่าที่พักอาศัยคอนโดโฮมแบบรายปี					
2. ท่านจะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมแม้มีราคาสูงกว่าคอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนท์ทั่วไป					
3. ท่านจะเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดโฮมตลอดระยะเวลาที่ท่านเข้ามาทำงานในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ภาคผนวก ข

**ผลการตรวจสอบการลอกเลียนวรรณกรรมทางวิชาการ
(อักขราวิสุทธิ์)**



3217863427

BUU-IThesis 59750002 independent study / recv: 28122561 18:46:06 / seq: 52

12/7/20

Plagiarism Checking Report

Created on Dec 7, 2018 at 09:07 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1065403	Dec 7, 2018 at 09:07 AM	warin@buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	05_ch1.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

Plagiarism Checking Report

Created on Dec 7, 2018 at 09:13 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1065404	Dec 7, 2018 at 09:13 AM	warin@buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	05_ch2.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				



3217863427

BUU iThesis 59750002 independent study / recv: 28122561 18:46:06 / seq: 52

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1065410	Dec 7, 2018 at 09:18 AM	warin@buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	05_ch3.docx	Completed	0.00%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

Plagiarism Checking Report

Created on Dec 7, 2018 at 09:23 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1065416	Dec 7, 2018 at 09:23 AM	warin@buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	05_ch4.docx	Completed	0.00%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				



3217863427

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1065418	Dec 7, 2018 at 09:25 AM	warin@buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	05_ch5.docx	Completed	0.00%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

ภาคผนวก ค
ผลการตรวจสอบ IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ



3217863427

BUU_Thesis_59750002_independent_study / recv: 28122561_18:46:06 / seq: 52



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงปริมาณ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าที่ที่ทักอวคัยแบบคอนโดโฮมรายปีของชาวญี่ปุ่น
..... ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา.....

ชื่อผู้วิจัย สาวิตรี อมรสังข์.....

รหัสประจำตัว 59750002.....

นิสิตหลักสูตร
 สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-mba รุ่น 35.....)

หมายเลขโทรศัพท์..... 097-9546356..... email..... Saw/tree.220769@gmail.com.....

อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา.....

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงปริมาณ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... .....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ



3217863427



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงปริมาณ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ บัณฑิตที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าที่พักอาศัยแบบคอนโดไฮมวรายปีของชาวผู้ใหญ่น
 ในย่านธุรกิจของเมืองศรีราชา.....
 ชื่อผู้วิจัย สาวิตรี อมรสังข์.....
 รหัสประจำตัว 59750002.....
 นิสิตหลักสูตร
 สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-mba รุ่น 35...)
 หมายเลขโทรศัพท์ 097-9546356..... email Sawitree.220769@gmail.com.....
 อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา.....

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
 เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงปริมาณ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....
 ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ
 20 / สค. / 2561
 ผศ.ดร.ศรัณษา เลิศพุทธจักรณ์



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงปริมาณ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดไฮเวาย์ของชาวญี่ปุ่น
 ในย่านธุรกิจ ของเมืองศรีราชา.....
 ชื่อผู้วิจัย สาวิตรี อมรสังข์.....
 รหัสประจำตัว 59750002.....
 นิสิตหลักสูตร
 สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-mba รุ่น 35.....)
 หมายเลขโทรศัพท์ 097-9546356..... email Sawitree.220769@gmail.com.....
 อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา.....

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
 เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงปริมาณ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ ประยูร อ้วน
 ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ