สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์การวิจัย	2
3. กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
4. สมมติฐานในการวิจัย	4
5. ขอบเขตการวิจัย	5
6. นิยามศัพท์	5
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
1. แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย	8
2. ความหมายของอพาร์ทเมนท์	13
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอพาร์ทเมนท์	16
4. การบริหารงานของธุรกิจอพาร์ทเมนท์	20
5. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	22
6. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	37
7. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	43
8. ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการบริการ (Marketing Mix) 8Ps และการจัดการกับการร้องทุกข์และฟื้นฟูกิจการ	56
9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	74
1. ขั้นตอนการวิจัย	74
2. การกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง	74
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	76
4. การเก็บและรวบรวมข้อมูล	77
5. การจัดเตรียมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	79
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	79
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล	80
1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
2. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) ในเขตกรุงเทพมหานคร	84
3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	100
4. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	107
5. ความคาดหวังและความต้องการของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment)	126
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	128
1. สรุปการวิจัย	128
2. สรุปผลการวิจัย	129
3. อภิปรายผล	139
4. ข้อเสนอแนะ	145
บรรณานุกรม	151
ภาคผนวก	157
ก ตารางเพิ่มเติม	158
ข ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ(แบบสอบถาม)	164
ค แบบสอบถาม	166
ประวัติผู้วิจัย	173

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจการบริการ	30
ตารางที่ 2.2	การแบ่งประเภทของธุรกิจตามแนวคิดของโบเวนท์ (Bowen)	34
ตารางที่ 2.3	การแบ่งประเภทธุรกิจโดย Lovelock & Wright (1999)	36
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	81
ตารางที่ 4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	82
ตารางที่ 4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	82
ตารางที่ 4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	83
ตารางที่ 4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน.....	83
ตารางที่ 4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส	84
ตารางที่ 4.7	ภาพลักษณ์ของอพาร์ทเมนท์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเช่า.....	85
ตารางที่ 4.8	ลักษณะอพาร์ทเมนท์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเช่า	86
ตารางที่ 4.9	แหล่งข้อมูลในการหาเช่าอพาร์ทเมนท์	86
ตารางที่ 4.10	อัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนท์ต่อเดือน	87
ตารางที่ 4.11	ขนาดห้องพัก.....	87
ตารางที่ 4.12	จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพัก.....	88
ตารางที่ 4.13	จำนวนครั้งในการย้ายอพาร์ทเมนท์.....	88
ตารางที่ 4.14	ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่เช่าอพาร์ทเมนท์ในแต่ละแห่ง	89
ตารางที่ 4.15	เหตุผลในการย้ายอพาร์ทเมนท์.....	89
ตารางที่ 4.16	ปัญหาที่พบในการเช่าอพาร์ทเมนท์.....	90
ตารางที่ 4.17	ขนาดห้องพักจำแนกตามเพศ	90
ตารางที่ 4.18	จำนวนครั้งในการย้ายอพาร์ทเมนท์จำแนกตามเพศ.....	91
ตารางที่ 4.19	ขนาดห้องพักจำแนกตามอายุ	92
ตารางที่ 4.20	ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่เช่าอพาร์ทเมนท์จำแนกตามอายุ.....	92
ตารางที่ 4.21	อัตราเช่าอพาร์ทเมนท์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	93
ตารางที่ 4.22	จำนวนคนที่พักอาศัยในห้องพักจำแนกตามระดับการศึกษา	93
ตารางที่ 4.23	ลักษณะอพาร์ทเมนท์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเช่าจำแนกตามระดับอาชีพ.....	94
ตารางที่ 4.24	อัตราเช่าอพาร์ทเมนท์จำแนกตามระดับอาชีพ.....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.25 ขนาดห้องพักจำแนกตามระดับอาชีพ 95
ตารางที่ 4.26 ภาพลักษณ์อพาร์ทเมนท์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเช่าจำแนกตามรายได้ 95
ตารางที่ 4.27 อัตราเช่าอพาร์ทเมนท์ต่อเดือนจำแนกตามรายได้ 96
ตารางที่ 4.28 ขนาดห้องพักจำแนกตามรายได้ 96
ตารางที่ 4.29 จำนวนคนที่พักอาศัยจำแนกตามรายได้ 97
ตารางที่ 4.30 เพศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเขตที่พักอาศัย 97
ตารางที่ 4.31 อายุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเขตที่พักอาศัย 98
ตารางที่ 4.32 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเขตที่พักอาศัย 98
ตารางที่ 4.33 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเขตที่พักอาศัย 99
ตารางที่ 4.34 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเขตที่พักอาศัย 99
ตารางที่ 4.35 ภาพรวมของระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 100
ตารางที่ 4.36 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 101
ตารางที่ 4.37 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 102
ตารางที่ 4.38 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 103
ตารางที่ 4.39 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 103
ตารางที่ 4.40 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 104
ตารางที่ 4.41 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 105
ตารางที่ 4.42 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 105

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.43 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสัมพันธภาพกับลูกค้า (Partnership) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) 106
ตารางที่ 4.44 ปัจจัยส่วนบุคคล(เพศ)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps)..... 107
ตารางที่ 4.45 ปัจจัยส่วนบุคคล(เพศ)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ในแต่ละด้าน 108
ตารางที่ 4.46 ปัจจัยส่วนบุคคล(อายุ)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps)..... 111
ตารางที่ 4.47 ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ในแต่ละด้าน 113
ตารางที่ 4.48 ปัจจัยส่วนบุคคล (ระดับการศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps)..... 115
ตารางที่ 4.49 ปัจจัยส่วนบุคคล (ระดับการศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ในแต่ละด้าน 116
ตารางที่ 4.50 ปัจจัยส่วนบุคคล(อาชีพ)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps)..... 117
ตารางที่ 4.51 ปัจจัยส่วนบุคคล(อาชีพ)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ในแต่ละด้าน 119

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.52 ปัจจัยส่วนบุคคล (รายได้) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) 121
ตารางที่ 4.53 ปัจจัยส่วนบุคคล(รายได้)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ในแต่ละด้าน 122
ตารางที่ 4.54 ปัจจัยส่วนบุคคล(สถานภาพ)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps)..... 123
ตารางที่ 4.55 ปัจจัยส่วนบุคคล(สถานภาพ)ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ (Apartment) เมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (8Ps) ในแต่ละด้าน 124

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้ออย่างง่าย หรือ S-R Theory	44
ภาพที่ 2.2	แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ	45
ภาพที่ 2.3	แสดงความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกและ กระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	51
ภาพที่ 2.4	แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process)	55
ภาพที่ 25	Managing the 7Ps Requires Collaboration between Marketing. Operations and HR functions	60
ภาพที่ 2.6	แสดงลำดับของการมีปฏิกิริยาที่บริษัทเปิดให้ลูกค้าที่ไม่พอใจทำได้	62