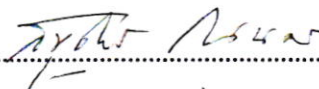


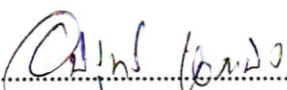
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค
 ในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร
 FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION
 TO USE THE SERVICE,
 IN THE ZONE SAPANMAI-RAMINTRA BANGKOK

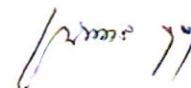
นพเมศฐ์ โรจนเรืองไชย

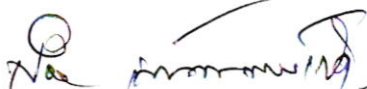
การค้นคว้าอิสระเสนอต่อสถาบันรัชต์ภาคย์
 เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาการจัดการทั่วไป (M.B.A.)
 ปีการศึกษา 2558

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์
ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร
โดย นพเมศฐ์ โรจนเรืองไชย
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว
ปีที่สำเร็จการศึกษา 2558

.....ประธานกรรมการ
(รศ.สุขจิตต์ ฉ นกร)

.....กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว)

.....กรรมการ
(ดร.ชนินทร์ วิชชุดา)

.....ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร.พิชัย ทรัพย์เกิด)

นพเมศร์ โจรนเรืองไชย (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์
 ของผู้บริโภคนในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันรัชต์ภาคย์
 อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร 2.) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร 3.) ทราบถึงเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือผู้บริโภคในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยที่ใช้วิธีแบบเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ฉบับ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ใช้ค่าสถิติทดสอบความแตกต่าง (t-test Independent) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One-Way ANOVA, F-test) และใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของ (LSD)

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร ตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สะพานใหม่ - รามอินทรา กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ถูกค่ามีระดับการตัดสินใจมากที่สุด คือด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านที่ถูกค่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านลักษณะห้องพัก ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพที่ให้บริการ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ภาพ ไม่แตกต่างกัน นัยความสำคัญทางสถิติ 0.05

Factors Influential to Consumers' Decision to Choose Apartment Located within Sapanmai-Ramindra Area , Bangkok Metropolis

Abstract

The objectives of this research on the subject of factors influential to customers' choice to choose service provided by apartments located in Sapanmai-Ramindra area, Bangkok Metropolis were to study 1) personal factors of consumers in Sapanmai-Ramindra area ,Bangkok Metropolis, who were target population under study 2) factors influencing their decision to choose an apartment 3)and compare factors influential to the decision to choose apartment based upon their personal factors . Sample size used was 250 consumers . Statistics used in this study included both descriptive statistics (frequency , percentage , mean, standard deviation) and inferential statistics (independent sample t-test , F-test or one-way analysis of variance and multiple comparison test using LSD) .

Outcome of the study revealed that the majority of respondents were female , married , 21-30 years of age , bachelor degree graduates , working as private company's employees with monthly income between 20,001-30,000 baht. Study of factors influencing their choice of apartment indicated that the scores , overall , were high on a given rating scale. Considered separately, the scores on price, place (location), marketing promotion , were highest while the scores on physical characteristics of the apartment , service personnel and quality of service , were high. Study of factors influencing consumers' choice of apartment based upon their different personal factors did not show any difference at 0.05 level of significance.