

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ
และจังหวัดชลบุรี



นางสาวขวัญข้าว มานะขจรเวช

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

FACTORS FOR DECISION TO CHOOSE A DWELLING FOR JAPANESE EXPAT IN
SAMUTPRAKARN AND CHONBURI PROVINCE.

Miss Khwankhaw Manakhajohnwech



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Housing Development Program in Real Estate
Development

Department of Housing
Faculty of Architecture
Chulalongkorn University
Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับ

อนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

โดย

นางสาวขวัญข้าว มานะขจรเวช

สาขาวิชา

การพัฒนาสังหาริมทรัพย์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ศักดิ์ วัฒนสินธุ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ มานพ พงศทัต)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ สุปรียา หิรัญโร)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร.สมบัติ วนิชประภา)

ขวัญข้าว มานะขจรเวช : ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี. (FACTORS FOR DECISION TO CHOOSE A DWELLING FOR JAPANESE EXPAT IN SAMUTPRAKARN AND CHONBURI PROVINCE.) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 207 หน้า.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพใน จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี และศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี โดยเก็บข้อมูลจากชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ในการสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ต้องการ

ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการส่วนใหญ่ เป็นเพศชายมีอายุ 36-45 ปี เกือบทั้งหมดแต่งงานแล้ว และส่วนใหญ่มีจำนวนบุตร 2 คน ซึ่งจะมีรายได้ต่อคนต่อเดือน 125,000 บาทขึ้นไป ในด้านการศึกษาเกือบทั้งหมดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานContract ครึ่งหนึ่งมีตำแหน่งสูงเป็นกรรมการผู้จัดการ เกือบทั้งหมดอาศัยใน Service Apartment มีลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่า และมีช่องทางการหาที่อยู่อาศัยผ่านเอเจนซีเป็นหลัก และมีการตัดสินใจเลือกเช่าด้วยตนเอง และสัดส่วนครึ่งหนึ่งของชาวญี่ปุ่นในจังหวัดสมุทรปราการมีค่าใช้จ่ายค่าเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัย 90,001 - 110,001 บาท สำหรับกลุ่มชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 เกือบทั้งหมดแต่งงานแล้ว และมีจำนวนบุตร 2 คน ซึ่งจะมีรายได้ต่อเดือน 100,001 - 125,000 บาท ด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงาน Contract สำหรับตำแหน่งงาน ส่วนใหญ่มีตำแหน่งผู้จัดการ/พนักงานระดับหัวหน้างาน อาศัยใน Service Apartment เป็นหลัก โดยเกือบทั้งหมดมีลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่า ช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัยเกินกว่าครึ่งผ่านเอเจนซี ซึ่งเกือบทั้งหมดมีการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยด้วยตนเอง โดยมากกว่าครึ่งของชาวญี่ปุ่นในจังหวัดชลบุรีมีค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยต่อเดือนอยู่ที่ 70,001 - 90,000 บาท ในส่วนของผลการศึกษาทางด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่น ด้านที่พักอาศัย พบว่าในจังหวัดสมุทรปราการ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยหลักที่เด่นที่สุดคือ ความสะดวก รวดเร็ว ราคาย่อมเยา รองลงมาคือพื้นที่ส่วนกลางกว้างขวาง และLayout ของห้องพัก ในจังหวัดชลบุรี เด่นที่สุดคือเรื่อง การจัดวาง layout รองลงมาคือความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม ด้านราคาค่าเช่าของที่พักค่อนข้างให้ความสำคัญ ในจังหวัดชลบุรีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านราคาไม่สูงนัก ในเรื่องที่พักอาศัยราคาเหมาะสม ด้านทำเลที่พอกอาศัยพบว่าในจังหวัดสมุทรปราการ เรื่องการรู้จักคนในบริเวณแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือการเดินทางไปสถานศึกษาของบุตร ในขณะที่จังหวัดชลบุรี เรื่องการเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวกเด่นชัดที่สุด รองลงมาคือรู้จักคนในบริเวณแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น และการเดินทางไปโรงพยาบาลได้สะดวก

สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยแต่ละปัจจัยย่อยด้านสภาพกายภาพและด้านทำเลที่ตั้ง กล่าวคือ เพศชายจะตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยจากรูปลักษณ์ภายนอกของที่พักอาศัยมากกว่าเพศหญิง ชาวญี่ปุ่นที่มีอายุมากกว่า 55 ปี จะไม่สนใจรูปแบบของอาคารเมื่อเทียบกับช่วงอายุอื่นๆ ในส่วนของชาวญี่ปุ่นที่แต่งงานแล้วจะให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยมากกว่าคนโสด และชาวญี่ปุ่นที่มีรายได้สูงกว่าจะเลือกที่พักอาศัยโดยพิจารณาจากทั้งลักษณะภายนอกและภายใน รวมถึงทำเลที่ใกล้แหล่งชุมชนและแหล่งงานอีกด้วย

ภาควิชา เคหการ

ลายมือชื่อนิสิต

สาขาวิชา การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ปีการศึกษา 2556

5573553625 : MAJOR REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORDS: A DWELLING FOR JAPANESE EXPAT / SAMUTPRAKARN / CHONBURI / FACTOR FOR DECISION

KHWANKHAW MANAKHAJOHNWECH: FACTORS FOR DECISION TO CHOOSE A DWELLING FOR JAPANESE EXPAT IN SAMUTPRAKARN AND CHONBURI PROVINCE.. ADVISOR: ASSOC. PROF. TRIRAT JARUTACH, 207 pp.

The research purpose is to study the society and economical concerns of the Japanese people who have permission to work in Samutprakarn and Chonburi provinces. Also, this is to study factors that influence their decisions when choosing a dwelling. The data was collected from Japanese residents who have been working in Samutprakarn and Chonburi industrial estates, from some experts, and from business owners who are involved with accommodation for Japanese people by using questionnaires and interviews.

Most of the Japanese working in Samutprakarn are males 36-45 years old. Most of them are married and have 2 children. Their salaries are generally above 125,000 baht. Their educational level are undergraduate. They are contracted employees. Half of them are directors of their companies. They all live in rental serviced apartments arranged mainly through agencies. However, they make decisions on choosing accommodation by themselves. Half of the Japanese dwellings in Samutprakarn cost around 90,001-110,001 Thai Baht (THB), Most of the Japanese working in Chonburi are males aged 26-35 years old. Most of them are married and have 2 children. Their salaries range between 100,001-125,000 THB/month. Their education is at undergraduate level. They are contracted employees. Most of them are at the management level in their companies. They all live in rental serviced apartments arranged through agencies. However, they make the decisions on choosing accommodation by themselves. Half of the Japanese dwellings in Chonburi cost around 70,001-90,000 THB/month. The main factor when selecting a dwelling for the Japanese in Samutprakarn is a pool provided. The second factor is the layout and spaciousness of the apartment. On the other hand, the layout is the most important factor for Japanese in Chonburi when deciding on accommodation. The rental price is also an influence for Japanese working in Chonburi. They are interested in lower rental prices or at least a reasonable price. In terms of location, getting to know other Japanese in residential areas is the most vital for Japanese in Samutprakarn. Convenient commuting to work is the primary concern for Japanese in Chonburi.

In conclusion, genders, ages, marital status and salaries who work in Samutprakarn and Chonburi province are related to the decision of each factor of accommodation, physical condition and location. Japanese males will choose accommodation based on the building's appearance more than females. Japanese aged over 55 years old are not as concerned with a building's design compared to other ages. All factors are important when choosing accommodation for Japanese who are married. Japanese who have higher salaries will choose accommodation based on both the inside and outside accommodation and also the location needs to be close to the community and work place.

Department: Housing

Student's Signature

Field of Study: Real Estate Development

Advisor's Signature

Academic Year: 2013

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหลากหลายและมากมาย ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้คำแนะนำ ให้การสัมภาษณ์และให้ข้อมูลในงานวิจัย

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้โอกาสและคำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ ความช่วยเหลือด้านข้อมูลต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้สามารถดำเนินการวิจัยจนประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ สุปรีชา หิรัญโร รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ รองศาสตราจารย์ มานพ พงศทัต และดร.สมบัติ วนิชประภา ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำแนวทางการทำงาน และข้อสังเกตในการดำเนินงานวิจัย

ขอขอบพระคุณหน่วยงานและบุคลากรต่างๆ ที่ให้ข้อมูลและให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน / กรมการจัดหางาน / การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย / สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง / บริษัทหอมตะ คอ์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) / บริษัท สหพัฒนา อินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด มหาชน

ขอขอบคุณ กลุ่มเพื่อนเคหการ C25 และ C25x สำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือกันในการทำวิทยานิพนธ์ อาจารย์ทุกท่าน และบุคลากรต่างๆ ในภาควิชาเคหการที่เอื้ออำนวยความสะดวกมาโดยตลอดเวลาการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์

และสุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

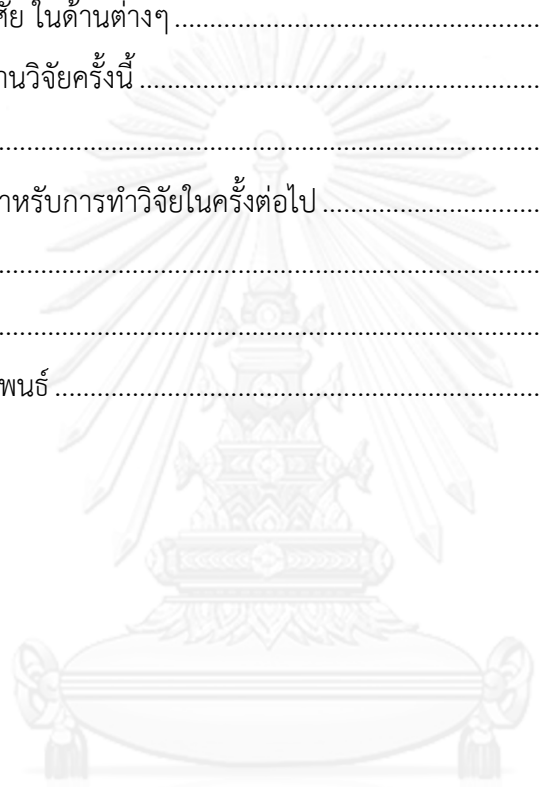
สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	4
1.3 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หรือสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง	4
1.4 ขอบเขตงานวิจัย.....	6
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.8.ตารางแสดงระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย.....	10
บทที่ 2 ปรัชมนวัตกรรมกรรม แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1.แนวความคิดความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์.....	11
2.2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย	12
2.3 แนวความคิดเรื่องการเลือกที่อยู่อาศัย	13
2.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	18
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค (Perception).....	26
2.6 ประเภทของอาคารชุด	28
2.7 รูปแบบการใช้ชีวิตสังคมชาวญี่ปุ่น.....	28
2.8 ข้อมูลด้านสถานะความต้องการของลูกค้าชาวญี่ปุ่น ต่อที่พักอาศัยในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับ การออกแบบห้องพักอาศัย	30
2.9 ทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐานในการใช้พื้นที่.....	34
2.10 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	35

2.11	วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง	47
บทที่ 3	วิธีการดำเนินงานวิจัย	57
3.1	วิธีดำเนินการศึกษา.....	57
3.2	การกำหนดกลุ่มประชากร	61
3.3	การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	62
3.4	ผลการเลือกตัวอย่างตามที่กำหนด	63
3.5	กรอบงานวิจัย.....	64
บทที่ 4	ข้อมูลทั่วไปของนิคมอุตสาหกรรม	65
4.1	นิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ	65
4.2	นิคมอุตสาหกรรมบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ	73
4.3	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี.....	77
4.4	สวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี.....	86
4.5	ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น.....	98
บทที่ 5	ผลการศึกษา.....	107
5.1	ข้อมูลทั่วไป สภาพสังคมและเศรษฐกิจ	107
5.2	ข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี.....	121
5.2.1	ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสมุทรปราการ	121
5.2.2	ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชลบุรี.....	128
5.2.3	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี.....	136
5.3	วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์	148
5.3.1	สมุทรปราการ.....	148
5.3.2	ชลบุรี.....	156
บทที่ 6	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	164
6.1	สรุปผลการศึกษา.....	164
6.1.1	สรุปสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี.....	164

6.1.2	สรุปข้อมูลลักษณะการอยู่อาศัยปัจจุบันของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี.....	165
6.1.3	สรุปข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี.....	165
6.1.4	สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยการตัดสินใจที่พำนักอาศัย ในด้านต่างๆ.....	166
6.2	ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งนี้.....	169
6.3	ข้อค้นพบ.....	170
6.4	ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป.....	174
	รายการอ้างอิง.....	175
	ภาคผนวก.....	177
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	207



สารบัญตาราง

ตารางที่ 1-1 จำนวนนิคมอุตสาหกรรม.....	6
ตารางที่ 1-2 ตารางแสดงระยะเวลาการดำเนินงานวิจัยการศึกษา.....	10
ตารางที่ 2-1 แสดงการจำแนกชั้นของวัยแห่งชีวิตที่มีผลกับลักษณะที่อยู่อาศัย.....	13
ตารางที่ 2-2 คำถามเกี่ยวกับการตลาดโดยเกี่ยวข้องกับ 6WS และ 1H.....	19
ตารางที่ 2-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการเคลื่อนย้ายที่หรือเดินทาง (Mobility).....	36
ตารางที่ 2-4 เปรียบเทียบข้อแตกต่างของงานวิจัยครั้งนี้กับงานวิจัยอื่นๆ.....	56
ตารางที่ 4-1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทอมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน).....	81
ตารางที่ 4-2 ข้อมูลเปรียบเทียบนิคมทั้ง 3 แห่งของบริษัทอมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด.....	85
ตารางที่ 4-3 บทสัมภาษณ์คุณนุชรี ทองสุข ผู้จัดการ Green Life Sriracha.....	98
ตารางที่ 4-4 บทสัมภาษณ์พนักงานต้อนรับ Stella Sriracha.....	100
ตารางที่ 4-5 บทสัมภาษณ์คุณสุวิษ และคุณผิวพอง รังสิตพล P.R. Home ถนนสุขุมวิทซอย 49.....	102
ตารางที่ 4-6 บทสัมภาษณ์คุณอารยัน นารุลาNarindra Residence ถนนสุขุมวิทซอย 33.....	104
ตารางที่ 4-7 บทสัมภาษณ์คุณวนิษา ทั้งสกุลทอง Burgundy Place สุขุมวิท ซอย 55.....	105
ตารางที่ 5-1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี.....	108
ตารางที่ 5-2 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ ชลบุรี.....	109
ตารางที่ 5-3 แสดงสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ ชลบุรี.....	110
ตารางที่ 5-4 แสดงสถานภาพแต่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัด สมุทรปราการและชลบุรี.....	111
ตารางที่ 5-5 แสดงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี.....	112
ตารางที่ 5-6 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี.....	113
ตารางที่ 5-7 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ ชลบุรี.....	114
ตารางที่ 5-8 แสดงตำแหน่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ ชลบุรี.....	115
ตารางที่ 5-9 แสดงประเภทของบ้านพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัด สมุทรปราการและชลบุรี.....	116
ตารางที่ 5-10 แสดงลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี.....	117
ตารางที่ 5-11 แสดงช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัด สมุทรปราการและชลบุรี.....	118

ตารางที่ 5-29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย
 ของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดชลบุรี.....162

ตารางที่ 6-1 เปรียบเทียบข้อแตกต่างของงานวิจัยครั้งนี้กับงานวิจัยอื่นๆ.....173



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญรูป

รูปที่ 2-1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment).....	20
รูปที่ 2-2 แสดงลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์.....	26
รูปที่ 2-3 ขนาดความกว้างของทางเดินในสวน	42
รูปที่ 2-4 ตัวอย่างทางลาด.....	43
รูปที่ 2-5 แสดงภาพลักษณะประตูที่เหมาะสม.....	44
รูปที่ 2-6 แสดงระยะติดตั้งอ่างล้างมือ	45
รูปที่ 2-7 แสดงตำแหน่งโถสุขภัณฑ์ที่เหมาะสม และการติดตั้งราวจับติด.....	45
รูปที่ 2-8 แสดงที่อาบน้ำแบบใช้แบบฝักบัว.....	46
รูปที่ 3- 1 แสดงที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมที่ต้องการศึกษา.....	58
รูปที่ 4-1 ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมบางปูและ	66
รูปที่ 4-2 แผนที่ทางเข้านิคมอุตสาหกรรมบางปู.....	67
รูปที่ 4-3 แผนที่ภายในนิคมอุตสาหกรรมบางปู.....	68
รูปที่ 4-4 ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมบางพลี.....	73
รูปที่ 4-5 แผนที่นิคมอุตสาหกรรมบางพลี.....	74
รูปที่ 4-6 แผนที่ภายในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี.....	74
รูปที่ 4-7 ตำแหน่งของนิคมอมตะในประเทศไทยและเวียดนาม.....	79
รูปที่ 4-8 ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร.....	79
รูปที่ 4-9 แผนที่ของบริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน).....	80
รูปที่ 4-10 แผนที่ภายในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร.....	83
รูปที่ 4-11 ตัวอย่างของบริษัทต่างชาติที่มาลงทุนในนิคมอมตะนคร.....	84
รูปที่ 4-12 ที่ตั้งของสวนอุตสาหกรรมสหพัฒนา ศรีราชา	87
รูปที่ 4-13 สวนอุตสาหกรรม ศรีราชา จ.ชลบุรี	87
รูปที่ 4-14 สวนอุตสาหกรรม กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี.....	88
รูปที่ 4-15 สวนอุตสาหกรรมลำพูน จ.ลำพูน	88
รูปที่ 4-16 แผนที่ของสวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ ศรีราชา	89
รูปที่ 4-17 แผนที่ภายในสวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ศรีราชา	89
รูปที่ 4-18 สวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ ศรีราชา.....	90
รูปที่ 4-19 บริษัทสหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้งจำกัด	91
รูปที่ 4-20 ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	97
รูปที่ 4-21 ISO 9001:2008และ ISO 14001:2004.....	97
รูปที่ 4-22 ที่พักอาศัย Green Life Sriracha.....	99
รูปที่ 4- 23 ที่พักอาศัย Stella Sriracha.....	101
รูปที่ 4-24 ที่พักอาศัย P.R. Home ถนนสุขุมวิทซอย 49	103
รูปที่ 4-25 ที่พักอาศัย Burgundy Place สุขุมวิท ซอย 55.....	106

รูปที่ 5-1 ตัวอย่างการจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพฯ	123
รูปที่ 5-2 ตัวอย่างลักษณะของที่อยู่อาศัยพื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น	124
รูปที่ 5-3 ตัวอย่างพื้นที่ส่วนกลาง	125
รูปที่ 5-4 แผนที่และทำเลของที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในพื้นที่ถนนสุขุมวิท	127
รูปที่ 5-5 ตัวอย่างการจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในอำเภอศรีราชา จังหวัด ชลบุรี	130
รูปที่ 5-6 ภายในห้องพัก Nararesidence 1 bedroom 72m2	131
รูปที่ 5-7 ภายในห้องพักNararesidence Duplex 122 m2.....	132
รูปที่ 5-8 ภายในห้องพักและสระว่ายน้ำ Karavel House	133
รูปที่ 5-9 Kantary Bay 1 bedroom 54m2.....	134
รูปที่ 5-10 Kantary Bay 2 bedroom 148m2	134
รูปที่ 5-11 แผนที่และทำเลของที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี	135

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1-1	ข้อมูลสถิติแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานในประเทศไทย	1
แผนภูมิที่ 1-2	แรงงานชาวญี่ปุ่นทำงานจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม	2
แผนภูมิที่ 1-3	กระบวนการฝั่งดำเนินงานวิทยานิพนธ์	8
แผนภูมิที่ 3-1	กระบวนการฝั่งดำเนินงานวิทยานิพนธ์	60
แผนภูมิที่ 3-2	แสดงประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มอ้างอิง	61
แผนภูมิที่ 4-1	สัดส่วนผู้ลงทุนแบ่งตามสัญชาติในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี	75
แผนภูมิที่ 5-1	แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี	108
แผนภูมิที่ 5-2	แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ ชลบุรี	109
แผนภูมิที่ 5-3	แสดงสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ ชลบุรี	110
แผนภูมิที่ 5-4	แสดงสถานภาพแต่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทร ปราการและชลบุรี	111
แผนภูมิที่ 5-5	แสดงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี	112
แผนภูมิที่ 5-6	แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี	113
แผนภูมิที่ 5-7	แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ ชลบุรี	114
แผนภูมิที่ 5-8	แสดงตำแหน่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี	115
แผนภูมิที่ 5-9	แสดงประเภทของบ้านพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัด สมุทรปราการและชลบุรี	116
แผนภูมิที่ 5-10	แสดงลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี	117
แผนภูมิที่ 5-11	แสดงช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัด สมุทรปราการและชลบุรี	118
แผนภูมิที่ 5-12	แสดงการตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี	119
แผนภูมิที่ 5-13	แสดงราคาเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี	120

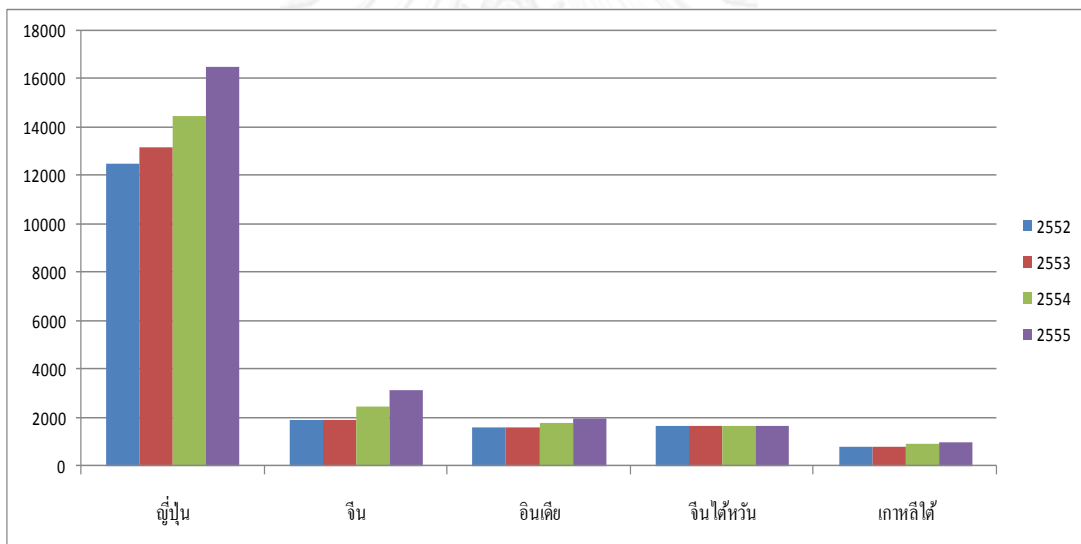
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีความสัมพันธ์อันดีกับไทยมาช้านาน มีกันสร้างความร่วมมือกันหลายด้าน ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ปัจจุบันความร่วมมือด้านเศรษฐกิจนั้น ญี่ปุ่นถือเป็นคู่ค้ารายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย และประเทศไทยเป็นคู่ค้ารายใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของญี่ปุ่น¹

ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยเรื่องการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economic Community) ที่กำลังจะเกิดขึ้นในปีพ.ศ.2558 ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งผลให้นักลงทุนชาวญี่ปุ่นยังคงยึดไทยเป็นฐานหลักในการติดต่อการค้าขายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านเนื่องจากประเทศไทยมียุทธศาสตร์และสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมกว่าประเทศเหล่านั้น

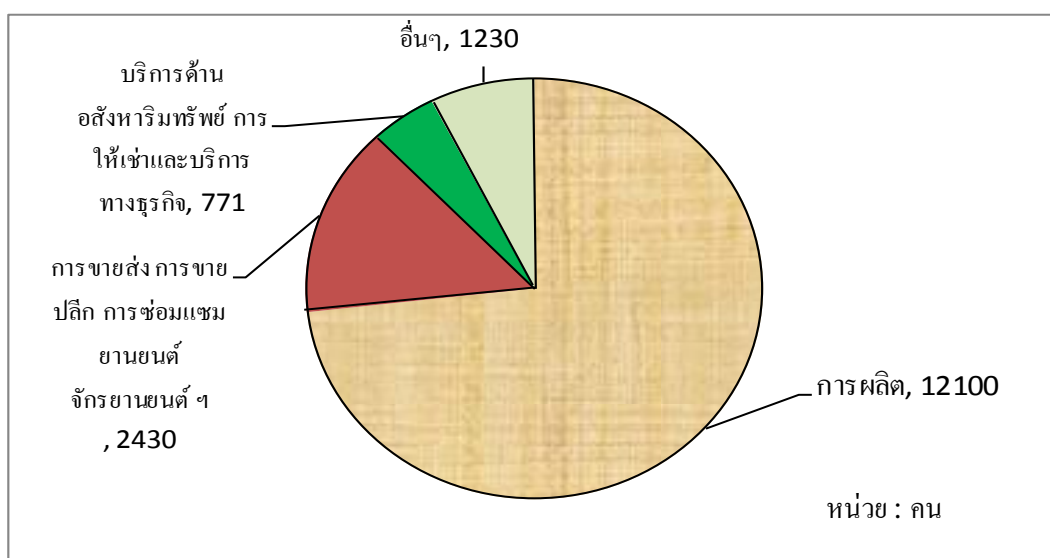


แผนภูมิที่ 1-1 ข้อมูลสถิติแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานในประเทศไทย²

¹ สถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย (2553). ข้อมูลสถิติแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานในประเทศไทย.

² สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2555). จำนวนแรงงานต่างชาติ.

อีกทั้งญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตและการตลาดเพิ่มมากขึ้นในไทย ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ส่งผลให้ชาวญี่ปุ่นเป็นประเทศอันดับต้นๆ ที่เดินทางเข้ามาเพื่อประกอบธุรกิจในไทยและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ดังจะเห็นได้ชัดจากข้อมูลสถิติแรงงานต่างด้าวในประเทศไทย ที่ว่าแรงงานชาวญี่ปุ่นมีมากเป็นอันดับหนึ่งและมีแนวโน้มสูงขึ้นในทุกๆ ปี ส่วนใหญ่เข้ามาทำงานในหมวดอุตสาหกรรมการผลิตเป็นหลัก



แผนภูมิที่ 1-2 แรงงานชาวญี่ปุ่นทำงานจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม³

เนื่องจากการเดินทางเข้ามาทำงานของชาวญี่ปุ่นที่เพิ่มมากขึ้น การลงทุนตลาดที่พิกออาศัยกับแรงงานชาวญี่ปุ่นมีโอกาสในการขยายตัวสูงมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี ที่ปัจจุบันนอกจากนักลงทุนชาวไทยแล้วยังมีชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะการซื้อคอนโดมิเนียมในโครงการต่างๆ จำนวนหลาย ๆ ยูนิตมากขึ้น เพื่อนำมาปล่อยเช่าให้ชาวญี่ปุ่นด้วยกัน และจากการที่มีบริษัทต่างชาติ ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการจำนวน 2,086 ราย และจังหวัดชลบุรี 407 ราย ซึ่งเป็นจำนวนที่มากในอันดับต้นๆ ของบริษัทต่างชาติทั้งหมด และส่วนใหญ่จะอยู่นิคมอุตสาหกรรม โดยปัจจุบัน การนิคมอุตสาหกรรม (กนอ) มีนิคมอุตสาหกรรมที่เปิดดำเนินการแล้ว 42 นิคม กระจายอยู่ใน 15 จังหวัด ประกอบด้วย นิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ ดำเนินการเอง จำนวน 11 นิคม และนิคมอุตสาหกรรมที่ร่วมดำเนินงานกับผู้พัฒนา จำนวน 31 นิคม⁴

³ สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2555). แรงงานชาวญี่ปุ่นทำงานจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม.

⁴ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2555). จำนวนนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย.

โดยที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ จะมีจำนวนนิคม 10 นิคม (การนิคมแห่งประเทศไทย, 2555) ซึ่งรวมแล้วมากที่สุดในประเทศไทย ขณะที่ทำเลที่ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ให้ความสนใจยังคงอยู่เขตกรุงเทพมหานคร บริเวณสุขุมวิท ซอย 33/1 Japan town), ซอย 24, ซอย 55 (ซอยทองหล่อ) และปัจจุบันขยับไปบริเวณพระโขนงบ้างโดยลักษณะห้องที่นิยมก็แบ่งเป็น 1 ห้องนอน สำหรับชาวญี่ปุ่นที่โสด และ 2 ห้องนอนขนาดประมาณ 70 ตารางเมตร (ตร.ม.) สำหรับครอบครัวส่วนการซื้อชาวญี่ปุ่นจะสนใจห้องชุด ราคาประมาณ 3-15 ล้านบาทสำหรับความเคลื่อนไหวดังกล่าวสอดคล้องกับผลสำรวจของบริษัท ซีบี ริชาร์ด เอลลิส (ประเทศไทย) ที่ปรึกษาอสังหาริมทรัพย์ที่ระบุว่าปัจจุบันเจ้าของที่ดินใจกลางสุขุมวิทนิยมนำที่ดินมาพัฒนาเป็นอพาร์ทเมนต์ปล่อยเช่าให้ชาวญี่ปุ่นเพราะเห็นว่าการสูงชันมาก อัตราค่าเช่าห้องขนาด 55-66 ตร.ม. อยู่ที่ 3.8-4.5 หมื่นบาทต่อเดือน ขนาด 2 ห้องนอน พื้นที่ 120-125 ตร.ม. ค่าเช่า 6.8-7.8 หมื่นบาทต่อเดือน และขนาด 3 ห้องนอน พื้นที่ 170 ตร.ม. ค่าเช่า 9-9.4 หมื่นบาทต่อเดือน ทั้งนี้ จากการสำรวจของแผนกวิจัย ซีบี ริชาร์ด เอลลิส ณ สิ้นปี 2555 พบว่ามีอพาร์ทเมนต์เกรดเอและบีในย่านสุขุมวิท ช่วงระหว่างซอย 1-65 และซอย 2-44 ประมาณ 8,500 ยูนิต และในปี 2556 นี้จะมีอพาร์ทเมนต์ใหม่เพิ่มเข้ามาประมาณ 250 ยูนิตและมีอัตราการเข้าพักอาศัยเฉลี่ยย่านนี้สูงถึง ร้อยละ 91.4⁵

ส่วนจำนวนนิคมที่มีจำนวนมากรองลงมาจากเขตรองลงมาจากเขตกรุงเทพมหานคร ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ คือนิคมในจังหวัดชลบุรีที่มีจำนวนนิคมทั้งหมด 7 นิคมโดยแรงงานชาวญี่ปุ่นจะพำนักอยู่ในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ซึ่งได้รับการขนานนามว่า ลิตเติ้ลโอซาก้าในเมืองไทย (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2555)

อีกทั้งผลสำรวจชาวต่างชาติที่ใช้ชีวิตอยู่ในประเทศต่าง ๆ จำนวน 3,385 คน ประจำปี 2011 ของ“เอชเอสพีซี”ธนาคารรายใหญ่ของโลก รวมทั้งการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ชีวิตอยู่ในต่างประเทศด้วย ปรากฏว่า ไทยครองอันดับหนึ่งของโลก เป็นประเทศที่เหมาะสมจะเป็นที่อยู่ของต่างชาติหลังเกษียณโดยเหตุผลที่ทำให้ไทยครองอันดับ 1 ที่สามารถดึงดูดความสนใจของต่างชาติได้ มีอยู่ 3 ประการด้วยกัน

⁵ Oknasion (24 มิถุนายน 2556). ทนญี่ปุ่นกว่านซื้อคอนโดสุขุมวิท.

- ประเทศไทยเป็นประเทศที่ปลอดภัย การอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยไม่มีรายได้ประจำ สามารถอยู่ได้โดยแทบจะปลอดภัยอย่างสิ้นเชิง นับเป็นเหตุผลหลักที่สำคัญ
- ค่าครองชีพต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในโลก ชาวต่างชาติสามารถใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทย ได้อย่างสุขสบายหลังเกษียณ
- ประเทศไทยเหมาะสำหรับผู้เกษียณอายุที่ต้องการความเรียบง่าย และความสงบในชีวิต รวมทั้งสภาพอากาศที่เอื้ออำนวย ไม่หนาว มีแสงแดดตลอดปี และภูมิประเทศมีความเหมาะสมอย่างยิ่ง⁶

ดังนั้นการศึกษาสภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จของโอกาสในการดำเนินธุรกิจที่พำนักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น

1.2 วัตถุประสงค์

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี มีดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

1.3 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หรือสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ เมื่อดูตามวัตถุประสงค์แล้ว มีแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพการอยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย เพื่อเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญในการเชื่อมโยงกรอบความคิดในการศึกษา โดยแยกประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อมาประยุกต์ใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ

⁶ Plus (3 ตุลาคม 2554). Plus, ไทยมาแรงครองอันดับหนึ่งเหมาะที่จะเป็นที่อยู่ของต่างชาติหลังเกษียณจากการสำรวจของธนาคารระดับโลก.

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นการศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของแรงงานชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพใน จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

ดังนั้นวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จึงเป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแนวคิดต่างๆในเรื่อง ความต้องการและการเปลี่ยนแปลงที่พกอาศัยของมนุษย์ มีดังนี้

- 1) แนวความคิดความต้องการที่พกอาศัยของมนุษย์
- 2) แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่พกอาศัย
- 3) แนวความคิดเรื่องการเลือกที่พกอาศัย
- 4) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค (Perception)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พกอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

- 1) ประเภทของอาคารชุด
- 2) รูปแบบการใช้ชีวิตสังคมชาวญี่ปุ่น
- 3) ข้อมูลด้านสภาวะความต้องการของลูกค้าชาวญี่ปุ่น ต่อที่พกอาศัยในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบห้องพกอาศัย
- 4) ทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐานในการใช้พื้นที่
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ
- 6) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- ผลงานวิจัยเรื่อง "สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในสถานที่พกเพื่อการท่องเที่ยว พานักระยะยาว: กรณีศึกษา โครงการ ริเออิ ลุมพินีเรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานคร" (ภาณี ศรีอาจ, 2549) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อสังเกตสรุปที่พกอาศัยและพฤติกรรมการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นและเพื่อพิจารณาความสอดคล้องของสภาพและพฤติกรรมของผู้พกอาศัย

- ผลงานวิจัยเรื่อง "ความต้องการที่พกอาศัยของผู้ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง"(วิภาวรรณ สัตตบุษย์สุทธิ2537) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อหาปริมาณความต้องการที่พกอาศัย ทั้งในรูปแบบเช่าและเช่าซื้อและเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่พกอาศัย

- ผลงานวิจัยเรื่อง"การจัดหาที่พกอาศัยของแรงงานในเขตอุตสาหกรรมของเอกชน กรณีศึกษาสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒนา ศรีราชา จังหวัดชลบุรี: (ศิริมานะ ศาตมัย, 2537) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพความเป็นอยู่ ความพึงพอใจ ปัญหาที่พกอาศัยของลูกจ้างแรงงานในเขตอุตสาหกรรมของเอกชน

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาเนื้อหาครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาด้านเนื้อหาและกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษาไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.4.1.1 ศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

1.4.1.2 ศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

1.4.2 ขอบเขตด้านกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรตัวอย่างที่จะทำการศึกษาโดยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

- จังหวัดสมุทรปราการ – นิคมอุตสาหกรรมบางพลี และ บางปู
- จังหวัดชลบุรี – นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร และ สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒนา ศรีราชา จังหวัดชลบุรี

การเลือกกลุ่มประชากรเลือกจากนิคมที่มีบริษัทญี่ปุ่นที่ทำงานมากเป็นอันดับ 1 และ 2 ของแต่ละจังหวัด

ตารางที่ 1-1 จำนวนนิคมอุตสาหกรรม⁷

จังหวัด	นิคม	จำนวนบริษัททั้งหมด	% บริษัทญี่ปุ่น	จำนวนบริษัทญี่ปุ่น
สมุทรปราการ	บางปู	434	24%	104
	บางพลี	157	34.30%	54
ชลบุรี	อมตะนคร	514	60.46%	311
	สหพัฒน์ศรีราชา	81	50.45%	41

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มบริษัท ผู้เชี่ยวชาญ องค์กรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น

⁷ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (เมษายน 2550). ฐานข้อมูล GIS โรงงานอุตสาหกรรม.

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 ศึกษาทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการทำงานวิจัย เช่น แนวความคิดเรื่องการเลือกที่พักอาศัย พฤติกรรมผู้บริโภคหลักการทางสถิติ เป็นต้น

1.5.2 ศึกษาและเก็บข้อมูลเบื้องต้นของเรื่องที่จะศึกษา อาทิเช่น จำนวนชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในประเทศไทย เป็นต้น

1.5.3 สร้างแบบสอบถาม และ แบบสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการเก็บข้อมูลจะใช้การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิทุติยภูมิ คือ

- ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้แบบสอบถามในการสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ต้องการ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการหรือปัจจัยในการเลือกที่พักอาศัย, พฤติกรรมการเลือกที่พักอาศัย และข้อเสนอแนะต่างๆ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

- ผู้เชี่ยวชาญองค์กรหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้การสัมภาษณ์ในการสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ต้องการ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่น, จุดเด่น จุดด้อย รวมถึงปัญหาของกิจการในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะต่างๆ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

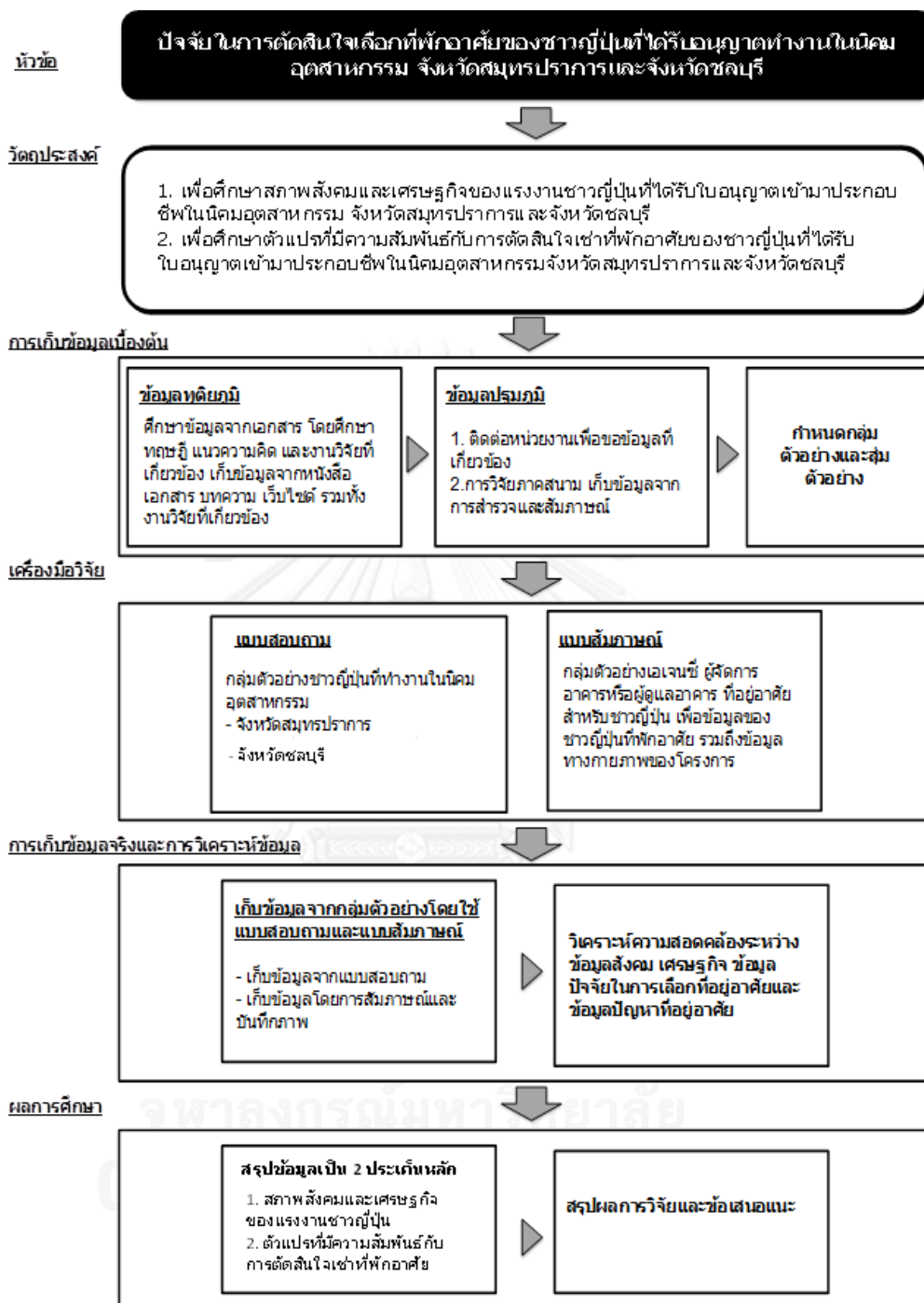
ได้จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต เอกสารงานวิจัย รายงานทางสถิติ และรายงานทางการวิจัยต่างๆ บทวิเคราะห์ของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

ยกตัวอย่างการเก็บข้อมูลจากบริษัทหอสังหาริมทรัพย์สำหรับชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยมีอยู่ 5 บริษัทใหญ่คือ

- บริษัท Ishikawa Shoji
- บริษัท Takumi
- บริษัท World Vision and Prinya
- บริษัท Kobayashi
- บริษัท Dear Life Corporation

1.5.4 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดขึ้นเพื่อต้องการทราบที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการครอบครองที่พักอาศัย ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่าที่พักอาศัยของแรงงานชาวญี่ปุ่นและความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกที่พักอาศัย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (เช่น ค่าเฉลี่ย ร้อยละ) และ สถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบสมมติฐาน)

1.5.5 สรุปผลและข้อเสนอแนะต่างๆ



แผนภูมิที่ 1-3 กระบวนการดำเนินงานวิทยานิพนธ์

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 **ชาวญี่ปุ่นที่รับใบอนุญาตทำงานในประเทศไทย (Japanese Expat)** ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ชาวญี่ปุ่นที่ถูกมอบหมายจากบริษัทแม่ในญี่ปุ่นให้เดินทางไปทำงานต่างประเทศซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1.6.2 **พนักงานชั้นแรงงาน (Blue Collar)** หมายถึง พนักงานที่ใช้แรงงานในการประกอบอาชีพ ทำงานในสายการผลิต

1.6.3 **พนักงานสำนักงาน (White Collar)** หมายถึง พนักงานในสายการบริหาร ทำงานอยู่ในสำนักงาน

1.6.4 **พนักงานสัญญาระยะสั้น (Contract)** หมายถึง พนักงานที่ถูกส่งมาจากบริษัทแม่ในประเทศไทยไปทำงานในประเทศไทย เป็นระยะเวลา 1-5 ปี

1.6.5 **พนักงานชั่วคราว (Sub-contract/Outsource)** หมายถึง พนักงานที่ถูกจ้างมาทำงานในบริษัทในประเทศไทยโดยมีสัญญาระยะสั้น 1-2 ปี

1.6.6 **เจ้าของธุรกิจ (Business Owner)** หมายถึง ชาวญี่ปุ่นที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวในประเทศไทย

1.6.7 **พนักงานประจำ (Permanent)** หมายถึง พนักงานที่ถูกจ้างมาทำงานในบริษัทในประเทศไทย โดยมีสัญญาแบบถาวร จนกว่าลาออกเองหรือเลิกจ้างโดยบริษัท

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการจัดการกำหนดแนวทางเรื่องที่พักอาศัยให้ได้มาตรฐานสากล และเป็นแนวทางต่อฝ่ายบุคคลขององค์กรในการประยุกต์เกี่ยวกับนโยบายที่พักอาศัยของพนักงานให้เหมาะสม

1.7.2 เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อให้ทราบความต้องการที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นในการนำไปปรับปรุงโครงการที่พักอาศัยตอบสนองความต้องการที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในอนาคตได้

บทที่ 2

ปริทรรศน์วรรณกรรม แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พำนักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีเมื่อดูตามวัตถุประสงค์แล้ว มีแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสภาพการอยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย เพื่อเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญในการเชื่อมโยงกรอบความคิดในการศึกษา โดยแยกประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อมาประยุกต์ใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ

โดยทางผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และนโยบาย รวมไปถึงงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ที่ทางผู้วิจัยได้ตั้งไว้ อีกทั้งยังเป็นส่วนช่วยในการวิเคราะห์และดูถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นว่าสอดคล้องต่อสิ่งที่ได้ศึกษาข้างต้นหรือไม่ ซึ่งในการศึกษาจะทำการแยกประเด็นของวรรณกรรมตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ โดยวัตถุประสงค์ที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้มีด้วยกัน 3 ข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นการศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของแรงงานชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพใน จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรีมีดังนี้

2.1. แนวความคิดความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์

2.1.1 ความต้องการของมนุษย์

ความต้องการของมนุษย์ประการหนึ่งที่สำคัญ นอกเหนือจากด้านสังคม (Social Needs) และด้านจิตใจ (Psychological Needs) คือด้านกาย (Physical Needs) โดยมีปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ในเรื่องที่อยู่อาศัย ผู้ที่ก่อตั้งทฤษฎีความต้องการเป็นคนแรกคือ มัสโล (Maslow, 1954:80-106) ได้กล่าวถึง ความต้องการด้านปัจจัย 4 ไว้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานลำดับแรกใน 5 ลำดับดังนี้

2.1.1.1 ความต้องการทางร่างกายขั้นพื้นฐาน (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อการยังชีพให้อยู่รอด ซึ่งได้แก่ อาหาร อากาศ การพักผ่อน รวมทั้งที่อยู่อาศัย ทั้งหมดเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ช่วยให้ร่างกายมีภาวะปกติ

2.1.1.2 ความต้องการในความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการเกี่ยวกับความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต ทรัพย์สินและการทำงาน ซึ่งมักมีอิทธิพลมาจากภาวะแวดล้อม ความปลอดภัย และความมั่นคงทางด้านร่างกายและจิตใจ ฐานะ ภาวะเศรษฐกิจของครอบครัวเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ปราศจากความมั่นคงในตนเองและสังคม

2.1.1.3 ความต้องการมีพวกพ้อง (Love needs) เป็นความต้องการเป็นที่รักและต้องการรักคนอื่น ฉะนั้นความรักจึงเป็นความต้องการทางสังคมอย่างหนึ่งที่มนุษย์ต้องการ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ จะช่วยทำให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้ด้วยความอบอุ่นมั่นใจ และยินดีร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวม

2.1.1.4 ความต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียง (Ego needs or Needs for self-esteem) เป็นความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือว่ามีความสำคัญจากครอบครัว เพื่อนฝูงและสังคม

2.1.1.5 ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต (Needs for self-actualization or self-fulfillment) เป็นความต้องการเพื่อความสมบูรณ์สมหวังของชีวิตโดยเป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่มนุษย์สามารถจะมีได้ นั่นคือ ความต้องการรู้พลังความสามารถของตนเองว่าจะพัฒนาต่อไปได้อย่างไร ไม่มีวันสิ้นสุด (สรุปความโดย วิเชียร ทำลาภ, 2519:18-20)

สรุปคือ ความต้องการของมนุษย์นั้นมีหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ความต้องการเบื้องต้นแห่งชีวิตจนสูงขึ้นไปถึงความต้องการที่สูง โดยเสนอแนะปริมาณของความ ต้องการ คือ คนทุกคนในสังคมจะผลักดันตนเองจากความต้องการพื้นฐานด้านร่างกายซึ่งเป็นเรื่องของปัจจัย 4 แห่งชีวิต และมี “ที่อยู่อาศัย” เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการเบื้องต้นให้สูงขึ้นทุกขณะไปสู่ความพอใจที่จะได้รับความสำเร็จในที่สุด (มานพ พงศ์ทัต, 2539)

2.2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย

2.2.1 แรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย

แม้ว่าแรงกระตุ้นภายนอกเป็นแรงดึงดูดให้มีการย้ายที่อยู่อาศัย ผนวกกับแรงผลักดันภายในให้คนเราคิดที่จะย้ายที่อยู่อาศัยจะมีมากก็ตาม บางครั้งคนเราก็กังไม่ยอมย้าย เนื่องจากมีแรงต้านเกิดขึ้น แรงดังกล่าวอาจระงับความคิดในการย้ายที่อยู่อาศัยเลยก็ได้ โดยเฉพาะเรื่องต้นทุนในการย้ายเมื่อเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ที่จะได้รับในที่อยู่ใหม่ นอกจากนั้นยังมีเหตุผลอีก ดังนี้ (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2527)

2.2.1.1 ลักษณะการถือครอง ผู้ที่มีสถานะเป็นเจ้าของบ้านในแง่จิตวิทยาแล้ว มีความต้องการย้ายที่อยู่อาศัยน้อยกว่าผู้ที่ได้รับกรรมสิทธิ์แบบเช่า ถ้าไม่คำนึงถึงอายุหรือรายได้

2.2.1.2 ระยะเวลาอาศัย การอาศัยอยู่ในที่ใดที่หนึ่งระยะเวลาานานๆ จะช่วยลดความเป็นได้ในการย้าย เพราะเกิดความเคยชินกับที่อยู่อาศัยเดิม

2.2.1.3 พลังทางสังคม แต่ก่อนเราเข้าใจว่าการได้อยู่ใกล้เพื่อนฝูงและญาติสนิทเป็นปัจจัยสำคัญ ผู้คนจึงต้องย้ายไปอยู่อาศัยให้ใกล้กับกลุ่มคนเหล่านั้น ปัจจุบันความเชื่อดังกล่าวอาจไม่เป็นจริงเสมอไปทั้งนี้ยกเว้นกลุ่มผู้สูงอายุ ในกลุ่มอื่นต้องพิจารณาเรื่องคุณภาพของการติดต่อซึ่งกันละกัน แทนที่จะมองเฉพาะเรื่องระยะทาง ถ้าบุคคลนั้นมีบทบาทสำคัญในสังคมที่เขาจะย้ายไปอยู่อาจมีผลในการตัดสินใจมากขึ้นได้

2.2.2 วัฏจักรชีวิต ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และเชื้อชาติ

วัฏจักรชีวิต ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และเชื้อชาติ เป็นสาเหตุที่จะทำให้คนเราตัดสินใจเปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย 3 สาเหตุด้วยกัน คือ

1. วัฏจักรชีวิต ในรายงานส่วนมากเห็นความสัมพันธ์ระหว่างจังหวะหรือวัยแห่งชีวิตกับการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ตั้งแต่ เริ่มมีครอบครัว ขยายครอบครัวเจริญจนถึงขั้นอยู่ตัวและแยกย้ายกันมีครอบครัว ล้วนแต่มีการเปลี่ยนแปลงย้ายที่อยู่ด้วยกันทั้งนั้น ในช่วงแรกของชีวิต คือ ตอนแต่งงานจะมีแนวโน้มในการแยกครอบครัวมากที่สุด ในช่วงเยาว์วัยและหัวหน้าครอบครัวกำลังมีความก้าวหน้าในอาชีพ จะเป็นช่วงที่มั่นคงที่สุด คือ ไม่มีการย้ายที่อยู่ ขั้นสุดท้าย คือ ช่วงที่เด็กเติบโตแยกย้ายออกไปจากครอบครัว อาจมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้น วัยที่มีแนวโน้มของการ

เปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 20-30 ปี หลังจากนั้นการย้ายจะไม่ค่อยมี จนกว่าจะถึงวัยเด็กเติบโตแยกย้ายออกไปจากบ้าน จึงจะมีการปรับตัวในเรื่องที่อยู่อาศัยอีกครั้ง

Short, J.R. (1982) ได้จำแนกชั้นของวัยแห่งชีวิตที่มีผลกับทักษะที่อยู่อาศัยที่ต้องการเฉพาะในช่วงบุคคลนั้นๆ มีความรับผิดชอบ ตัดสินใจเกี่ยวกับที่พักอาศัยของตนได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-1 แสดงการจำแนกชั้นของวัยแห่งชีวิตที่มีผลกับลักษณะที่อยู่อาศัย

ชั้นของวัยชีวิต	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ
1. ก่อนมีบุตร (Pre-Child Stage)	ห้องชุด ห้องเช่าราคาถูก อยู่ในเมือง
2. เริ่มมีบุตร (Child-bearing)	บ้าน
3. เลี้ยงดูบุตร (Child-rearing)	บ้านของตนเอง คอนข้างใหม่อยู่แถบชานเมือง
4. ปลุกฝังบุตร (Child-launching)	เช่นเดียวกับชั้น 3 แต่อาจมีสภาพแวดล้อมดีกว่า
5. บุตรแยกย้ายออกจากบ้าน (Post-child)	บ้านพักของตนเองที่ถาวร มั่นคง
6. ชีวิตบั้นปลาย (Later life)	ห้องชุด บ้านพักคนชรา หรืออยู่กับบุตรหลาน

2. ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม รายงานจากกระทรวงเกษตรของประเทศสหรัฐอเมริกาแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีรายได้สูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวิชาชีพชอบเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ผู้มีฐานะดีมักจะนิยมย้ายที่อยู่ระหว่างเมือง ในระยะทางไกลมากกว่าที่จะย้ายแหล่งที่อยู่ภายในเมืองนั่นเอง ผิดกับกลุ่มสังคมที่มีฐานะค่อนข้างยากจนจะนิยมเปลี่ยนที่อยู่อาศัยภายในเมืองเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวร่วมผลกับปัจจัยอื่นด้วย เช่น อายุของหัวหน้าครอบครัว สภาพของตัวบ้าน ลักษณะการถือครอง การเข้าถึง และอื่นๆ เป็นตัวสัมพันธ์ร่วมด้วย

3. เชื้อชาติ สำหรับสังคมในสหรัฐอเมริกาหรือยุโรปนั้น มีชนกลุ่มน้อยอาศัยปะปนอยู่กับชาวผิวขาว ชนกลุ่มน้อยเหล่านี้ประกอบด้วยพวกนิโกร จีน ญี่ปุ่น หรืออินเดียแดงปรากฏว่า ชนกลุ่มน้อยเหล่านี้มักอยู่บ้านเช่า มีครอบครัวขนาดใหญ่ และสมาชิกอยู่ในวัยหนุ่มสาวมาก และมักจะอพยพเข้ามาอยู่บ่อยครั้ง

อาจกล่าวได้ว่า ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย เนื่องมาจากความไม่พอใจในสภาพทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อม ซึ่งความไม่พอใจสภาพแวดล้อมสามารถแยกออกเป็นไม่พอใจสภาพทางกายภาพและสภาพแวดล้อมทางสังคม อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับวัฏจักรชีวิตด้วย

2.3 แนวความคิดเรื่องการเลือกที่อยู่อาศัย

2.3.1 การเลือกเช่าหรือซื้อบ้าน

การเลือกเช่าหรือซื้อบ้านต้องใช้ปัจจัยในการตัดสินใจหลายด้าน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียระหว่างการเช่าอยู่ และการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง เพื่อให้ได้ที่อยู่อาศัยที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ โดยมีเงื่อนไขของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป

1. การเช่านั้นสามารถแบ่งลักษณะที่สำคัญในการตัดสินใจในการเลือกเช่าอยู่ได้ทั้งหมด 6 ข้อด้วยกัน (Stillman, 1975: 136-138) คือ 1. การโยกย้ายเป็นข้อได้เปรียบของการเช่าอยู่อย่างหนึ่งคือ ง่ายต่อการโยกย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต เนื่องจากสามารถย้ายออกเมื่อไหร่ก็ได้ไม่ต้องกังวลเรื่อง

ทรัพย์สิน หรือทางการเงิน หรือ อาจเลือกทำการเช่าซื้อ แทนการเช่าแบบปกติ เพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านที่อยู่อาศัย และค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย

2. ชุมชนที่อยู่อาศัย การเลือกเช่าอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภท อาคารอาศัยรวมอย่างเช่น หอพัก เช่า ก็จะทำให้ได้อยู่ร่วมกับคนจำนวนมากทำให้เกิดชุมชนขนาดย่อมภายในที่อยู่อาศัยได้

3. การเลือกเช่าที่อยู่อาศัยทำให้ประหยัดต้นทุนด้านที่อยู่อาศัย ทั้งจากเงินดาวน์ เงินโอนเพื่อนำไปใช้ในด้านอื่นๆแทนได้ หรือสามารถนำไปลงทุนเพื่อผลตอบแทนด้านอื่น

4. การเช่าอยู่ทำให้ผู้เช่ามีภาระในค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาที่อยู่อาศัยลดลง รวมถึงการประหยัดเวลาในการดูแลรักษาที่อยู่อาศัยด้วยเช่นกัน

5. เรื่องความปลอดภัย จากการเช่าอยู่นั้นส่วนใหญ่จะเป็นที่อยู่อาศัยรวมประเภทห้องเช่า ซึ่งส่วนใหญ่จะมีระบบรักษาความปลอดภัยต่างๆที่ทางเจ้าของอาคารจัดไว้ดูแลความเรียบร้อยภายในอาคารซึ่งจะทำให้ผู้ที่เช่าอยู่รู้สึกปลอดภัยยิ่งขึ้น

6. การเลือกที่อยู่อาศัยประเภทเช่าอยู่นั้นส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณที่ใกล้แหล่งงานทำให้เราสามารถเลือกที่จะเช่าอยู่ในที่ใกล้กับสถานที่ทำงานของตนเองได้ทำให้ได้รับความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งทำให้สามารถที่จะประหยัดทั้งเวลาและค่าเดินทางได้

2.3.2 การซื้อ

สามารถแบ่งลักษณะที่สำคัญในการตัดสินใจในการเลือกซื้อได้ทั้งหมด 4 ข้อด้วยกัน คือ

1. ความเป็นอิสระส่วนตัวเนื่องจากได้เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ทำให้มีอิสระในการทำกิจกรรมของตนเองหรือการจัดการเรื่องที่อยู่อาศัยของตนเองโดยไม่ต้องอยู่ในกฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบของที่อยู่อาศัยรวม

2. ความภูมิใจการได้เป็นเจ้าของบ้านของตนเองนั้นเป็นเหมือนปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์และทำให้รู้สึกมีความมั่นคงในที่อยู่อาศัย

3. การลงทุนบ้านนั้นถือว่าเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่ง ซึ่งการซื้อบ้านจึงเป็นเหมือนการลงทุนในทรัพย์สินอย่างหนึ่งซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าของตัวเองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่อาศัยย่านใจกลางเมือง

4. ความเป็นหลักแหล่ง การซื้อบ้านเป็นของตนเองนั้นจะทำให้ผู้อยู่มีที่อยู่อาศัยเป็นหลักแหล่งแน่นอน ทำให้สามารถสร้างความเป็นเพื่อนบ้านกับบ้านข้างเคียง หรือการติดต่อต่างๆโดยเฉพาะการติดต่อกับหน่วยงานราชการ หรือการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่ใกล้กับที่อยู่อาศัยก็จะง่ายขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนที่อยู่อาศัยบ่อยครั้ง

2.3.3 ต้นทุนการเช่าเทียบกับการซื้อบ้าน

การเป็นเจ้าของบ้านหรือการเช่าบ้านนั้นวิธีไหนเป็นวิธีที่สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยได้มากกว่ากันนั้นสามารถศึกษาได้จากการพิจารณาทางการเงินส่วนบุคคลของคนอเมริกา (Shelton, 1968: 59) คือ คนอเมริกามีค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยอยู่ประมาณร้อยละ 20-25 ของรายได้ของครัวเรือน โดยมีประมาณร้อยละ 63 ของคนอเมริกาที่เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยและมีมูลค่าทรัพย์สิน

โดยเฉลี่ย 7,300 เหรียญสหรัฐ ซึ่งถือเป็นการลงทุนที่มีมูลค่ามากสำหรับคนเป็นเจ้าของบ้าน การวิเคราะห์ว่าควรเลือกซื้อหรือเช่าบ้านนั้นจึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัยด้วยกันซึ่งสามารถสรุปได้ว่า

ปัจจัยที่เป็นตัวตัดสินใจว่าซื้อหรือเช่านั้นคือ ระยะเวลาในการอยู่อาศัย ข้อสรุปนี้ได้รับการสนับสนุนจากรายงานการศึกษาของ Maisel (Maisel, 1966: 88-99) ซึ่งได้แสดงถึงจำนวนของผู้เช่าที่มากกว่าผู้ซื้อเมื่อพูดถึงในกลุ่มคนที่มีการโยกย้ายที่อยู่อาศัยเมื่อไม่นานมานี้ (Recent Movers) จึงทำให้ระยะเวลาเป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายการเป็นเจ้าของเทียบกับการเป็นผู้เช่า คือถ้าระยะเวลาการอยู่อาศัยนั้นมากกว่า 4 ปี การเลือกเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยก็จะประหยัดกว่า

2.3.4 การย้ายที่อยู่อาศัยกับการครอบครองที่อยู่อาศัย

จากเรื่องค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการเช่าเทียบกับการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยนั้น จะมีการโยกย้ายที่อยู่อาศัยน้อย เมื่อเทียบกับผู้ที่เช่าอาศัยอยู่ เนื่องจากมีต้นทุนในการย้ายที่อยู่อาศัยสูงกว่า

ดังนั้นจึงสามารถคาดคะเนการย้ายที่อยู่อาศัยได้จากการเลือกการครอบครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบันได้ว่า เมื่อครอบครัวเลือกการเช่าอยู่จึงมีแนวโน้มว่าจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต กลับกันครอบครัวที่เลือกที่จะเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยก็จะมีแนวโน้มว่าจะไม่มีการย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต

อย่างไรก็ตามยังมีอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการโยกย้ายหรือครอบครองที่อยู่อาศัย นั่นคืออายุของหัวหน้าครอบครัวของแต่ละครอบครัว ซึ่งอาจแสดงถึงความมั่นคงและความมั่งคั่งของครอบครัว ซึ่งอาจมองในเรื่องของความมั่นคงในหน้าที่การงานได้เช่นกัน โดยถ้ายังมีความมั่นคงในงานเพิ่มมากขึ้นก็จะมีแนวโน้มการย้ายที่อยู่อาศัยลดน้อยลง

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวกับคนในละแวกบ้านก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการย้ายที่อยู่อาศัยเช่นกัน ซึ่งยิ่งความผูกพันของครอบครัวต่อผู้คนในละแวกบ้านมีมากเท่าไรก็จะมีผลทำให้แนวโน้มการย้ายที่อยู่อาศัยลดน้อยลง

2.3.5 การเปลี่ยนสถานะจากการเช่ามาเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย

จากชุดงานศึกษาเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่อาศัยของนักวิจัยต่างๆในช่วง 25 ปี สามารถสร้างแบบจำลองของการเปลี่ยนสถานะจากการเช่ามาสู่การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยของคนในสหรัฐฯช่วงหลังสงครามโดยตัวแบบจำลองนี้เริ่มด้วยความคิดด้านวงจรชีวิต ประกอบด้วยสถานะต่างๆคือ ช่วงก่อนมีลูก ช่วงหลังมีลูก และช่วงที่ลูกโตเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งจะควบคู่ไปกับวงจรที่อยู่อาศัย ซึ่งเริ่มจากการเช่าอยู่ในห้องเช่าขนาดเล็ก ย้ายไปสู่ห้องเช่าที่ขนาดใหญ่ขึ้น แล้วย้ายสู่บ้านที่เป็นเจ้าของเอง และสุดท้ายย้ายไปอยู่บ้านที่ขนาดใหญ่ขึ้น (Clark, W.A.V. and Onaka, J.L., 1984: 52-55)

จึงเชื่อว่าการเพิ่มขึ้นของขนาดครอบครัวโดยเฉพาะการมีลูกนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลให้ครอบครัวเกิดการเปลี่ยนแปลงสถานะจากการเช่ามาสู่การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย เนื่องจากการมีลูกนั้นทำให้ต้องการพื้นที่ใช้สอยในที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีปัจจัยอื่นๆที่ต้องนำมาเกี่ยวข้องด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือเรื่องรายได้ของครัวเรือน ซึ่งจะส่งผลต่อกำลังในการจ่ายค่าที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

การซื้อบ้านเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงให้กับครอบครัว เป็นอีกทางหนึ่งในการลงทุนที่ดีมาก อีกทางหนึ่ง โดยหลักการพิจารณาว่าควรมีเงินประมาณเท่าไรจึงเหมาะสมที่จะหาซื้อบ้านโดยไม่มีปัญหาทางด้านการเงินเกิดขึ้นในอนาคต มีแนวทางดังนี้

1.มูลค่าบ้านที่ซื้อ ไม่ควรเกิน 2 เท่าของรายได้ทั้งสิ้นของครอบครัวต่อปี เช่น ถ้ารายได้ทั้งสิ้นของครอบครัวปีละ 150,000 บาท ก็ควรซื้อบ้านในราคาอย่างสูงไม่ควรเกิน 300,000 บาท

2.ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นของการมีบ้าน จะต้องไม่เกิน 1 ใน 4 ของรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน (Gross Income) โดยพิจารณาถึงอัตราส่วนความสามารถในการจัดหาที่อยู่อาศัยหรือที่เรียกว่า Affordability Ratio ซึ่งเป็นการวัดความสามารถของบุคคลที่กู้เงิน เพื่อซื้อบ้านว่าสามารถรับภาระค่าใช้จ่ายต่างๆในการมีบ้านของตนเองได้มากน้อยเพียงใด โดยอัตราส่วนที่เหมาะสม คือ ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเกี่ยวกับบ้านไม่ควรเกิน 25-30% ของรายได้ขั้นต้นของบุคคลหรือครอบครัวนั้น หรือประมาณ 1 ใน 4 (สุขใจ น้ำพุศ, 2537 : 116) ค่าใช้จ่ายของการมีบ้านประกอบด้วยค่าใช้จ่ายหลายรายการ เช่น ค่าผ่อนบ้าน ค่าภาษีบ้าน (ถ้ามี) ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าน้ำค่าไฟ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น รายได้ทั้งสิ้นของครอบครัวเดือนละ 20,000 บาท ถ้าจะให้อยู่อย่างสบายโดยไม่มีปัญหา ค่าใช้จ่ายในบ้านควรตกไม่เกินเดือนละ 5,000 บาทเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับจำนวนเงินดาวน์ และอัตราดอกเบี้ยเงินผ่อนด้วย ถ้าเราสามารถจ่ายเงินดาวน์สูง การผ่อนชำระค่าบ้านก็จะต่ำ แต่ถ้าวงเงินดาวน์น้อยค่าผ่อนชำระก็จะสูง หรือถ้าต้องการจ่ายดอกเบี้ยไม่สูงนักและถ้าเป็นไปได้ก็ควรจ่ายเงินดาวน์ให้สูงไว้ซึ่งจะช่วยให้ภาระค่าใช้จ่ายต่อมาของการมีบ้านลดน้อยลงได้ ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชน อาจพิจารณาได้จาก อัตราส่วนระดับราคาที่อยู่อาศัยต่อรายได้ประชากร (House Price to Income Ratio) และอัตราส่วนมูลค่าการผ่อนชำระเงินงวดเงินกู้ที่อยู่อาศัยต่อปีต่อรายได้ของผู้ซื้อบ้าน

3.อัตราส่วนของการผ่อนชำระเงินงวดต่อรายได้ของผู้ซื้อบ้าน (วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 7, 2544: 25) เป็นการเปรียบเทียบอัตราการผ่อนชำระเงินงวดของผู้ซื้อบ้านต่อปี กับรายได้เฉลี่ยของผู้กู้ อัตราส่วนนี้จะบ่งชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการจ่ายชำระหนี้ที่อยู่อาศัยของประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งหากผู้ซื้อบ้านกู้เงินในจำนวนเท่ากัน ระดับรายได้เท่ากัน ในสถานการณ์ดอกเบี้ยที่ต่ำ ผู้ซื้อบ้านจะสามารถผ่อนชำระเงินงวดได้ดีกว่าในสถานการณ์ดอกเบี้ยสูง ดังนั้นระดับอัตราส่วนการผ่อนชำระเงินงวดต่อรายได้ประชากรที่ต่ำจะบ่งบอกถึงระดับความสามารถของประชาชนในการซื้อหาที่อยู่อาศัยที่ดี

4.อัตราส่วนราคาที่อยู่อาศัยต่อรายได้ของประชากร (House Price / Income Ratio = HPE) อัตราส่วนของระบบราคาที่อยู่อาศัยต่อรายได้ประชากร เป็นเครื่องชี้ที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นว่าราคาที่อยู่อาศัยในตลาดมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงหรือไม่อย่างไรและสามารถเป็นเครื่องชี้วัดความสามารถของประชากรในการจัดซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองด้วย หากอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำแสดงให้เห็นว่าประชาชนโดยทั่วไปมีความสามารถในการจัดซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองสูง และหากช่วงใดราคาปรับตัวสูงมากเกินไป จนทำให้อัตราส่วน HPE สูงเกินไปแล้ว ก็จะทำให้บ้านขายยากและต้องปรับลดราคาลงมา

5.ความสามารถในการหาซื้อที่อยู่อาศัย หรือกำลังซื้อที่อยู่อาศัย (Purchasing Power) จะขึ้นอยู่กับรายได้ของประชาชนโดยตรง อย่างไรก็ตาม กำลังซื้อ มิได้หมายความว่า ผู้ซื้อจะต้องมีเงิน

สดตามราคาเสนอขาย แต่ทั้งนี้ผู้ซื้อต้องมี “เงินออม” หรือเงินเก็บสะสมจำนวนหนึ่งประมาณ 20 ถึง 30% ของราคาซื้อขาย และ “สามารถกู้ยืมเงิน” จากสถาบันการเงินประมาณ 70 ถึง 80% หรือกระทั่งบางแห่งอาจให้กู้ได้ถึง 100% นอกจากนั้นผู้กู้จะต้องมี “รายได้ต่อเดือนจำนวนมากเพียงพอในการ “ผ่อนชำระหนี้เงินกู้ในแต่ละเดือน” ตลอดระยะเวลาที่กู้ประมาณ 20 ถึง 30 ปีด้วย

2.3.6 ค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยทั้งในการซื้อบ้านและผ่อนบ้าน (วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2544: 37-38)

ในการซื้อบ้าน นอกจากผู้ซื้อจะต้องมีเงินออมสะสมประมาณร้อยละ 20 ของราคาแล้ว ผู้กู้เงินจะต้องมีการภาระค่าใช้จ่ายต่อเดือน (เช่น ค่าผ่อนชำระเงินกู้ ค่าดูแลชุมชนหรือค่าใช้จ่ายดูแลทรัพย์สินส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น) ซึ่งรวมกันแล้วอาจสูงกว่าค่าเช่า ดังนั้นผู้ที่ซื้อบ้านต้องทบทวนว่าสามารถจะซื้อบ้าน และมีเงินเหลือจากการจ่ายค่าเงินงวด และค่าใช้จ่ายจำเป็นอื่นๆหรือไม่ก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน

โดยสรุปแล้วมีแนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัยของมนุษย์ส่วนใหญ่จะเน้นถึงการเข้าถึง(Accessibility) การบริการสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่นั้นๆ โดยสามารถรวบรวมแนวคิดต่างๆ ได้ดังนี้

1. Brain Goodall (1972) ได้เสนอแนะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่ รายได้ การเข้าถึงแหล่งงาน โดยผู้มีรายได้ไม่สูงจะพยายามที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้กับที่ทำงาน โดยเฉพาะการมีที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง นอกจากปัจจัยที่เน้นด้านเศรษฐกิจแล้ว เขายังได้กล่าวถึงปัจจัยทางสังคม ได้แก่ สภาพของครอบครัว เชื้อชาติ และชนชั้น ก็มีผลในการเลือกที่อยู่อาศัยด้วยและเขาได้ กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยจะพิจารณาคุณสมบัติของที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ

1. ลักษณะของบ้าน ได้แก่ สภาพของบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสมกับขนาดของครอบครัว และส่วนประกอบภายในบ้าน

2. ลักษณะของชุมชนผู้อยู่อาศัย โดยจะเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยที่มี สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนหรือคล้ายกับตนเอง

3. ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้นๆ กับพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

2. Berry and Frank K. Horton (1970) บุคคลทั้งสองได้เสนอว่าปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ 1. ราคาเช่าที่พักอาศัย, 2. ชนิดของที่พักอาศัย, และ 3. ที่ตั้งของที่พักอาศัย ซึ่งรวมถึงสภาพแวดล้อมของชุมชน และที่ตั้งและแหล่งงานด้วย ปัจจัยทั้งที่ได้กล่าวมา 3 ประการ มีความสัมพันธ์จะคู่ไปกับเหตุผลส่วนตัวของแต่ละบุคคล เช่น จำนวนเงินที่บุคคลพอใจจะจ่ายสำหรับค่าที่อยู่อาศัย โดยทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับรายได้ของแต่ละบุคคล ที่พักอาศัยต้องการขึ้นกับสถานภาพสมรสหรือขนาดของครอบครัว, วิธีในการดำเนินชีวิตจะมีผลต่อชุมชนใกล้เคียงที่ต้องการจะอาศัยอยู่ด้วย, และสถานที่ทำงานโดยคำนึงถึงระยะทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่ทำงานอีกด้วย

3. K.J. Button (1976) ได้เสนอองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ ในการเลือกบริเวณที่อยู่อาศัย คือ 1. รายได้ของครอบครัวเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจคนมีรายได้สูงจะมีโอกาสเลือกที่อยู่

อาศัยได้มากกว่าโดยพยายามเลือกบริเวณที่มีค่าเช่าที่ดินต่ำ ใกล้เคียงเส้นทางคมนาคมขนส่งและเข้าถึงได้สะดวก, 2. คุณภาพสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้จะมีสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้ว ความสัมพันธ์ของเพื่อนบ้านก็เป็นข้อสำคัญอีกประการหนึ่ง แต่จะต้องมีรายได้และรสนิยมในระดับเดียวกัน

4. Richard F. Muth (1969) ได้กล่าวถึงความแตกต่างในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และรายได้ต่ำกว่าประชากรที่มีรายได้สูงนั้นจะมีแหล่งที่พักอยู่ในเขตชานเมือง เพราะต้องการที่จะอยู่ในบริเวณที่มีความหนาแน่นของประชากรไม่สูงมาก เนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยในเขตที่ไม่แออัด แต่สำหรับประชากรที่มีรายได้ต่ำจะเลือกอยู่ใกล้ศูนย์กลางเมือง ด้วยเหตุผลเรื่องความสะดวกในการเดินทางและยังประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปทำงาน

2.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ
5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่ง

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

สมัยก่อนนักการตลาดสามารถทำความเข้าใจผู้บริโภคโดยอาศัยประสบการณ์ในการขายสินค้าแก่ลูกค้า แต่การเจริญเติบโตของบริษัทและตลาด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ให้นักการตลาดไม่ได้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงกับลูกค้า นักการตลาดจึงจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค นักการตลาดหาคำตอบให้กับคำถามเกี่ยวกับการตลาดโดยเกี่ยวข้องกับ 6WS และ 1H ดังตาราง

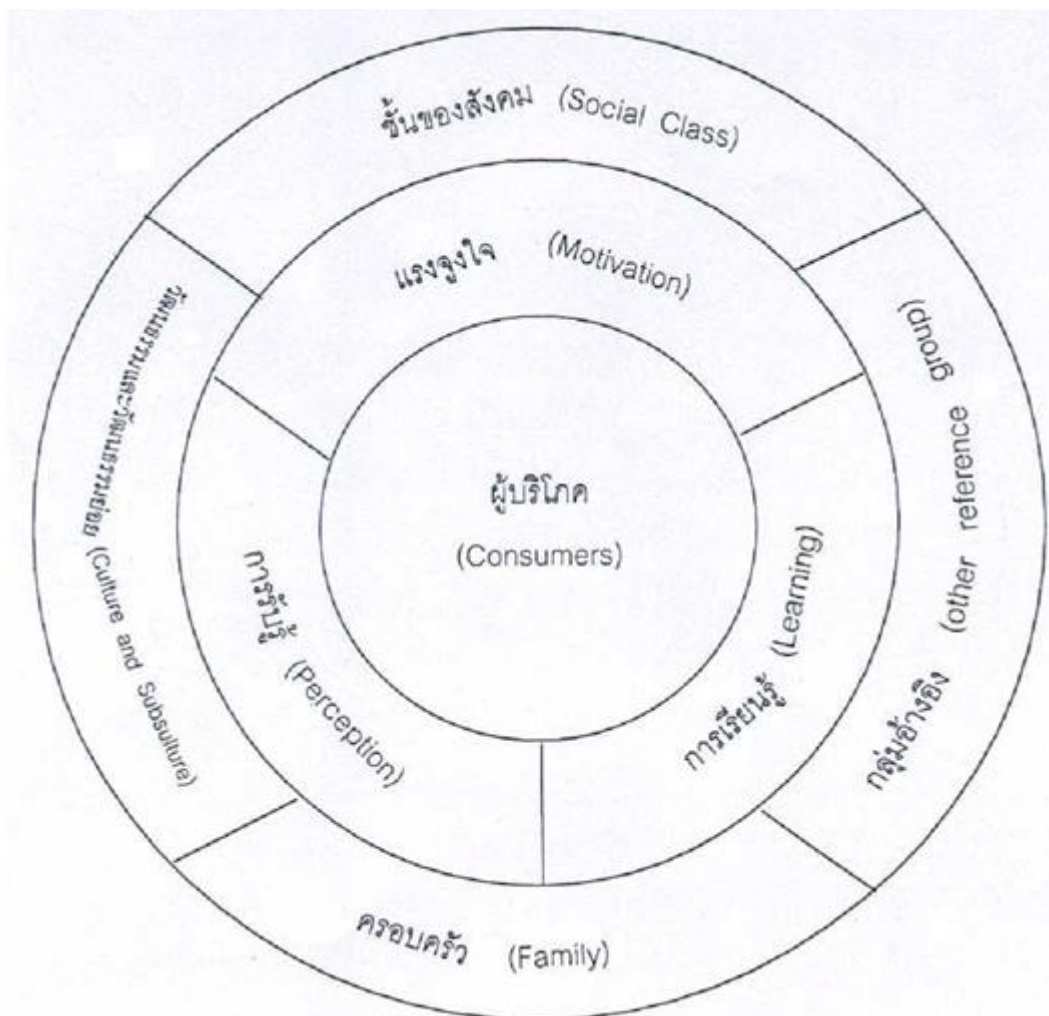
ตารางที่ 2-2 คำถามเกี่ยวกับการตลาดโดยเกี่ยวข้องกับ 6WS และ 1H

คำถาม (6WS และ 1)	คำคมที่ข้องการทราบ (70s)
1. ใครเป็นตลาดเป้าหมาย (Who is <u>target market</u> ?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยา 4) พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer <u>buy</u> ?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer <u>buy</u> ?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates <u>in the buying</u> ?)	- บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่จะมีอิทธิพลต่อการซื้อ
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer <u>buy</u> ?)	- โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ซื้อในช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer <u>buy</u> ?)	- ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคนิยมไปทำการซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer <u>buy</u> ?)	- ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation)

กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process of Behavior)

1. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

กระบวนการพฤติกรรมของคน มีลักษณะที่คล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบของพฤติกรรมของคนที่แตกต่างกันแสดงออกในเหตุการณ์ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่าง อาจเกิดมาจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของบุคคล ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาต่างกัน



รูปที่ 2-1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment)

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors)

วัฒนธรรม (Culture) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมการซื้อของมนุษย์วัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งประกอบด้วยสิ่งที่มีตัวตน (Intangible Concept) เช่นการศึกษาความเชื่อเจตคติกฎหมาย เป็นต้นนอกจากนี้ยังรวมถึงค่านิยมและพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะและเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่นนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและนำลักษณะความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Culture Change) ในสังคมไทยในปัจจุบันมีดังนี้

1.1 มนุษย์คำนึงคุณภาพชีวิตคุณภาพของสินค้าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและมลภาวะของสังคมมากขึ้นเช่นคุณภาพของสินค้าในท้องตลาดต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือผู้บริโภคต้องการบริโภคผักที่ปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพของตนเอง

1.2 สตรีมีบทบาททางสังคมมากขึ้นเช่นสตรีทำงานนอกบ้านมากขึ้นสตรีมีบทบาททางการเมืองมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้นซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและแบบแผนการซื้อและการบริโภคสินค้าที่สามารถอำนวยความสะดวกได้มากเท่าไรยังมีโอกาสและซื้อได้เปรียบมากขึ้นเท่านั้น

1.3 เจตคติเกี่ยวกับการทำงานและการพักผ่อนเปลี่ยนแปลงไปบุคคลจะแสวงหางานที่มีรางวัลตอบแทนสูงกว่างานที่ให้ค่าจ้างสูงตำแหน่งดีส่วนกิจกรรมในการพักผ่อนก็สืบเนื่องจากคำนึงถึงสุขภาพมากขึ้นเช่นพักผ่อนหย่อนใจกับสถานที่ที่เป็นธรรมชาติมากขึ้นเพื่อสุขภาพร่างกายที่ดีขึ้น

1.4 มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัยและความเป็นอยู่ในครอบครัวมีการอพยพจากชนบทเข้าไปอยู่ในเมืองมากขึ้นและได้นำรูปแบบการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมย่อยจากชนบทเข้าไปใช้ในเมืองด้วยหรือนำรูปแบบการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมย่อยจากในเมืองมาใช้ที่ชนบท

1.5 ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นอาจเนื่องมาจากภาวะทางเศรษฐกิจตกต่ำผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาในการประกอบอาชีพต่างๆด้วยความเร่งด่วนจึงพยายามสรรหาหรือมีความต้องการสินค้าที่สามารถอำนวยความสะดวกสบายมาใช้เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยทางวัฒนธรรมซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคแบ่งเป็นวัฒนธรรมหลักวัฒนธรรมย่อยและชั้นทางสังคมดังนี้

- วัฒนธรรมหลัก (Core culture) เป็นตัวกำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคลบุคคลทั่วไปจะมีค่านิยมการรับรู้ความนิยมชมชอบและพฤติกรรมซึ่งเขาได้มาจากครอบครัวและสถาบันอื่น

- วัฒนธรรมย่อย (Sub culture) วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อยที่เป็นตัวกำหนดการจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคมเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสมาชิกในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมย่อยเป็นผลมาจากสัญชาติศาสนากลุ่มสีผิวและเขตทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันซึ่งนักการตลาดจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์และโปรแกรมการตลาดของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดดังกล่าววัฒนธรรมย่อยในประเทศไทยเช่นวัฒนธรรมชาวไทยภูเขาวัฒนธรรมล่องสะเปาวัฒนธรรมกินข้าวสลาก เป็นต้น

- ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการแบ่งชั้นในสังคมที่มีความเป็นหนึ่งเดียวและมีความคงทนถาวร ชั้นทางสังคมมิได้สะท้อนถึงรายได้เพียงอย่างเดียวแต่ยังมีตัวบ่งชี้อื่นๆอีกเช่นการศึกษาและสถานที่อยู่อาศัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ฯลฯ

ลักษณะของชั้นทางสังคมประกอบด้วย 6 ระดับด้วยกัน

ชั้นที่ 1 Upper – Upper Class ประกอบด้วยครอบครัวที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ผู้เกิดมา “บนกองเงินกองทอง” และมีทรัพย์สินสมบัติใช้ได้อย่างน้อย 3 อายุคนเป็นกลุ่มที่เล็กที่สุดในชั้นทางสังคมสมาชิกมักจะเป็นพ่อค้าใหญ่ นายธนาคารและอาชีพที่มีชื่อเสียง

ชั้นที่ 2 Lower – Upper Class เป็นชั้นของ “คนรวยหน้าใหม่” เพิ่งจะมีสมบัติและยังไม่เป็นสิ่งที่ยอมรับของคนชั้นที่ 1 บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหารผู้ก่อตั้งบริษัทใหญ่ๆ แพทย์และนักกฎหมายที่ร่ำรวยเป็นผู้ที่มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมดจัดอยู่ในระดับ “มหาเศรษฐี”

ชั้นที่ 3 Upper – Middle Class ชั้นนี้ประกอบด้วยชายและหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่นๆ เช่นแพทย์นักกฎหมายศาสตราจารย์เจ้าของกิจการขนาดกลางและคนระดับบริหารในองค์กรต่างๆ รวมทั้งชายและหญิงวัยหนุ่มสาวที่คาดว่าจะไต่ระดับฐานะทางอาชีพไปสูงสุดภายใน 2 – 3 ปีสมาชิกในชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัยกลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower – Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่า “คนโดยเฉลี่ย” ประกอบไปด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหารเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กพวกช่างที่ได้รับค่าตอบแทนสูงพวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำและนักธุรกิจขนาดเล็กอยู่ตอนล่างของชั้นนี้

ชั้นที่ 5 Upper – Lower Class เป็นพวก “จนแต่ซื่อสัตย์” ได้แก่ชนชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคมเป็นพวกพนักงานที่มีความชำนาญและกึ่งชำนาญ

ชั้นที่ 6 Lower – Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญกลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองชนกลุ่มน้อยเป็นต้น

สาเหตุที่ทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแตกต่างกัน

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มักจะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามชั้นของสังคมที่สังกัดอยู่นั้นเหตุที่ทำให้แตกต่างกันดังกล่าวอาจสืบเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆกันดังนี้ (ธงชัยสันติวงศ์ 2540 : 216) ดังนี้

1. **สิ่งจูงใจต่างกัน (Motivation)** เป้าหมายของแต่ละบุคคลมักจะเป็นสิ่งที่สืบเนื่องมาจากค่านิยมที่ต่างกันดังนั้นชั้นของสังคมแต่ละชั้นที่มีวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างกันจึงย่อมทำให้สิ่งจูงใจของแต่ละชั้นไม่เหมือนกันด้วยเช่นจากการศึกษาพบว่าคนชั้นกลางมักจะมีสิ่งจูงใจที่เน้นถึงเหตุผลมากกว่าและมีการคิดถึงอนาคตมากกว่าคนในชั้นต่ำซึ่งคำนึงถึงแต่ปัจจุบันและอดีตเท่านั้น (ธงชัยสันติวงศ์ 2540 : 214)

2. **การรับรู้และความเข้าใจต่างกัน (Perception)** กล่าวคือคนที่อยู่ชั้นใดมักจะมีมุมมองและเข้าใจสิ่งต่างๆและตีความตัวกระตุ้นอันเดียวกันออกไปตามค่านิยมของชั้นของตนเอง

3. **ลักษณะท่าทางต่างกัน (Personality)** ลักษณะท่าทางของบุคคลต่างๆมักจะผันแปรไปตามชั้นทางสังคมเสมอจากการทดสอบพบว่าเด็กที่อยู่ในชั้นที่มีฐานะสูงกว่ามักจะมีบุคลิกภาพที่มีความมั่นใจซื่อสัตย์ความสมบูรณ์ทางจิตใจการใช้ภาษาความร่วมมือและความสุภาพมากกว่าเด็กที่อยู่ในชั้นที่มีฐานะต่ำกว่า

4. **การเรียนรู้และความเฉลียวฉลาดต่างกัน (Learning And Intelligence)** โดยปกติเด็กในชั้นที่อยู่สูงกว่ามักจะมีเฉลียวฉลาดและมีการเรียนรู้ที่เร็วกว่าทั้งนี้เพราะเหตุผลหลายประการเช่นได้รับการเลี้ยงดูด้วยอาหารที่สมบูรณ์ในช่วงแรกของการเติบโตอันทำให้สมองดีและมีสุขภาพดีกว่ามีโอกาสได้รับการศึกษาดีและมากกว่ามีการเสริมจากที่บ้านมากกว่าเป็นต้น

5. **ครอบครัวที่แตกต่างกัน (The Family)** ครอบครัวที่ต่างกันในระดับต่างๆอาจทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกันทั้งนี้จากข้อเท็จจริงบางประการดังนี้

- โดยปกติสามีภรรยาที่แต่งงานกันมักจะมีพื้นฐานทางด้านสังคมมาเหมือนกันซึ่งจะทำให้มีความต้องการที่เข้ากันได้การทำการแบ่งส่วนตลาดตามเกณฑ์ของสังคมเช่นนี้จึงจะสะดวกกว่า

- ครอบครัวที่อยู่ในชั้นที่สูงกว่ามักจะมีค่านิยมและมีการจัดระเบียบที่ดีกว่าซึ่งทำให้ความต้องการของครอบครัวไปด้วยกันได้โดยไม่ขัดแย้งกันสำหรับกรณีของการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยวิธีการตัดสินใจรวมโดยครอบครัว

- ในครอบครัวต่างชั้นกันความมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อของฝ่ายสามีหรือฝ่ายภรรยา มักจะแตกต่างกันไปซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่กระทำสำหรับครอบครัว

6. แบบของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Cultural Patterns and Artifacts) ชั้นของสังคมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของครอบครัวด้วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนเข้าสู่ครอบครัวในรูปแบบต่างๆกันข้อแตกต่างที่สำคัญคือ

- แต่ละชั้นของสังคมจะมีภาษาของชั้นของตนที่ต่างจากชั้นอื่น
- แต่ละชั้นจะมีการเลือกแบบของการประกอบกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน (recreation patterns) ต่างกัน
- แต่ละชั้นจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านศาสนาต่างกัน
- ชั้นของสังคมจะมีอิทธิพลทำให้กิจกรรมประจำวันของคนในชั้นต่างกันไปด้วยเช่นการตื่นนอนและการกินอาหารในเวลาที่แตกต่างกันหรือเลือกสถานที่กินไม่เหมือนกัน

1. กระบวนการตัดสินใจต่างกัน (Decision Process) ชั้นของสังคมมักจะเป็นปัจจัยประการสำคัญที่ทำให้กระบวนการตัดสินใจต่างๆแตกต่างกันออกไปยกตัวอย่างเช่น

ชั้นของการสังเกตเห็นปัญหา (problem - recognition stage) ชั้นทางสังคมต่างๆที่อยู่ต่ำลงไปมักจะทำการซื้อที่รวดเร็วทันทีที่เกิดความต้องการขึ้นและนอกจากนี้การซื้อสินค้าประเภทคงทนถาวร ชั้นที่อยู่ต่ำลงไปมักจะทำการซื้อทันทีที่ของเดิมใช้การไม่ได้โดยจะทำการซื้อทันทีแต่ตรงกันข้ามกับชั้นที่อยู่ตรงกลางๆซึ่งมักมีการวางแผนการซื้อสิ่งดังกล่าวไว้ล่วงหน้านอกจากนี้สิ่งแตกต่างที่สำคัญอีกประการหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้ออีกคือ

2. แหล่งของข้อมูลที่ได้มาต่างกัน (Information Sources) ผู้บริโภคทั้งหลายมักจะได้รับขนาดและแหล่งที่มาของข้อมูลแตกต่างกันไปตามฐานะทางสังคมสำหรับชั้นที่อยู่ต่ำสุดแหล่งที่มาของข้อมูลมักจะจำกัดกว่าและมักจะได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องรวมทั้งถูกหลอกลวงแต่ในเวลาเดียวกันชั้นที่อยู่สูงขึ้นไปนั้นโดยปกติมักจะได้รับจากแหล่งข้อมูลที่มากกว่าชั้นล่างๆทั้งนี้เพราะแต่ละคนมักจะชอบแหล่งของข้อมูลตามที่เหมาะสมกับชั้นของสังคมของตนและนอกจากนี้คนในแต่ละชั้นยังมักที่จะเลือกหาแหล่งของข้อมูลเช่นหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ที่มีมาตรฐานต่างกันอีกด้วยเช่นมติชนอาจเป็นหนังสือพิมพ์ที่ขาดไม่ได้ของชั้นกลางหรือชั้นสูงซึ่งต่างกับไทยรัฐก็อาจเป็นหนังสือพิมพ์ที่เป็นที่นิยมของชั้นต่ำลงไป เป็นต้นทำนองเดียวกันโทรทัศน์ช่อง 3 อาจเป็นที่ชอบของชั้นหนึ่งในขณะเดียวกันกับที่ช่อง 7 จะเป็นที่นิยมของอีกชั้นหนึ่ง เป็นต้น

3. กระบวนการซื้อต่างกัน (Purchasing Processes) ฐานะทางสังคมมักจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการซื้อว่าจะเลือกซื้อที่ไหนอย่างไรหลักฐานที่ปรากฏเสมอก็คือคนที่มีฐานะต่ำมักจะนิยมซื้อจากร้านในท้องถิ่นที่ใกล้ๆที่เป็นที่รู้จักกันในขณะที่คนมีฐานะปานกลางและที่ค่อนข้างสูงมักจะมีความมั่นใจในการซื้อและจะทำการแสวงหาเปรียบเทียบจากหลายๆร้านทั้งใกล้และไกล

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factors)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงครอบครัวบทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึงกลุ่มใดๆที่มีการเกี่ยวข้องกัน (Interacting) ระหว่างคนในกลุ่มและขณะเดียวกันก็จะมีอิทธิพลต่อเจตคติหรือพฤติกรรมของบุคคลที่อยู่ในกลุ่มอันเนื่องมาจากการเกี่ยวข้องดังกล่าว (Enzel, Kollat: 309) กลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 ระดับคือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ครอบครัวเพื่อนสนิทและเพื่อนบ้านการที่จะเข้ากันได้เป็นกลุ่มปฐมภูมิแบบนี้มักจะมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพระดับชั้นทางสังคมและช่วงอายุเป็นต้น

2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวแต่ไม่บ่อยมีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิเช่นกลุ่มอาชีพองค์กรชุมชน ฯลฯ

2.2 ครอบครัว (Family) ครอบครัวเป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุดนักการตลาดจะพิจารณาครอบครัวมากกว่าที่จะพิจารณาเป็นรายบุคคลเช่นบิดามารดาเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ให้สมาชิกในครอบครัวนอกจากบิดามารดาแล้วสมาชิกเด็กๆในครอบครัวมีความสำคัญเพราะเป็นแรงกระตุ้นให้บิดามารดาซื้อด้วย

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มเช่นครอบครัวกลุ่มอ้างอิงองค์กรและสถาบันต่างๆทำให้บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเช่นชายคนหนึ่งอยู่ในครอบครัวมีสถานภาพเป็นสามีเมื่ออยู่ในที่ทำงานมีสถานภาพเป็นหัวหน้าบทบาทของชายคนหนึ่งในฐานะที่เป็นสามีกับฐานะที่เป็นหัวหน้าจะแตกต่างกันโดยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของสมาชิกในกลุ่มต่างๆกล่าวคือในฐานะเป็นสามีเขาจะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อสินค้าที่นำมาใช้ในบ้านของตนแต่ในฐานะหัวหน้าเขาอาจจะไม่ต้องทำการตัดสินใจซื้อแต่จะเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดซื้อที่กำหนดที่ดังกล่าวแทน

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

การตัดสินใจของผู้ซื้อมักจะได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆเช่นอายุของผู้ใช้วงจรชีวิตครอบครัวอาชีพสภาวะทางเศรษฐกิจแผนการใช้ชีวิตบุคลิกภาพและแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันทำให้คนเรามีความต้องการในผลิตภัณฑ์และมีพฤติกรรมการซื้อแตกต่างกัน

3.2 อาชีพ (Occupation) อาชีพการงานของบุคคลหนึ่งๆจะมีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภคของผู้บริโภคเช่นเดียวกันตัวอย่างเช่นคนงานประเภทที่ใช้แรงงานจะซื้อเสื้อผ้ารองเท้าที่เหมาะสมสำหรับใส่ทำงานซื้ออาหารกล่องสำหรับมือเที่ยงในขณะที่ประธานบริษัทจะซื้อเสื้อสูทราคาแพงเดินทางโดยเครื่องบินเป็นสมาชิกคันทรีคลับและเป็นเจ้าของเรือใบลำใหญ่ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องพยายามแยกแยะกลุ่มอาชีพที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์และบริการที่สูงกว่ากลุ่มอาชีพทั่วไปโดยที่บริษัทหนึ่งอาจมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษในการผลิตสินค้าและบริการที่สนองความต้องการของผู้บริโภค

3.3 สภาวะทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลคนหนึ่งได้รับผลกระทบจากสภาวะทางเศรษฐกิจสภาวะทางเศรษฐกิจของคนเราจะประกอบไปด้วยรายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้อันได้แก่รายได้ความมั่นคง ฯลฯ การออมและทรัพย์สินหนี้สินอำนาจในการกู้ยืมและเจตคติต่อการใช้จ่ายการออมและอัตราดอกเบี้ยถ้าเป็นช่วงเศรษฐกิจตกต่ำผู้คนมีรายได้น้อยนักการตลาดจะปรับปรุงการออกแบบสินค้าวางตำแหน่งและกำหนดราคาสินค้าใหม่

3.4 การศึกษา (Education) ระดับการศึกษาของบุคคลทำให้มีความต้องการในผลิตภัณฑ์และมีพฤติกรรมการซื้อแตกต่างกันไปตามสภาพระดับการศึกษา

3.5 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) บุคคลต่างๆไปมาจากวัฒนธรรมย่อยๆขึ้นทางสังคมและอาชีพ การงานเดียวกันอาจดำเนินชีวิตที่มีรูปแบบต่างกันได้รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่งๆคือรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรมที่สนใจและความคิดเห็นของบุคคลนั้นโดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกมาถึงตัวบุคคลนั้นตัวอย่างเช่นผู้หญิงคนหนึ่งสามารถเลือกที่จะดำเนินชีวิตแบบคำนึงถึงญาติพี่น้องหรือเพื่อนฝูงโดยการสวมใส่เสื้อผ้าแบบอนุรักษ์นิยมใช้เวลาส่วนใหญ่กับครอบครัวและเสียสละเวลาช่วยงานสังคมทุ่มเทให้กับการทำงานในโครงการสำคัญๆอย่างเต็มที่และเมื่อถึงเวลาท่องเที่ยวและเล่นกีฬา ก็จะสนุกกับมันอย่างเต็มที่เช่นกันนักการตลาดจึงควรที่จะค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตเช่นบริษัทคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่งทราบว่าผู้ซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่คือกลุ่มที่มีลักษณะของผู้ที่สนใจกับเทคโนโลยีใหม่ๆดังนั้นฝ่ายการตลาดจึงเสนอตราสินค้าที่มุ่งไปที่กลุ่มดังกล่าวอย่างชัดเจนมากขึ้นและมีการส่งเสริมการตลาดมุ่งไปยังกลุ่มดังกล่าวด้วย

3.6 วัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) คนเราจะซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันไปตามตลอดชีวิตหรือเป็นไปตามวัฏจักรครอบครัวเช่นสำหรับทารกในช่วงปีแรกๆจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์และประเภทอาหารแตกต่างกับผู้สูงอายุรวมทั้งรสนิยมในเรื่องเสื้อผ้าเฟอร์นิเจอร์และการเดินทางก็ยังมี ความเกี่ยวข้องกับอายุด้วย

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 การจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ภายในแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (Schiffman and Kanuk 1994 : 663) จากความหมายนี้พลังสิ่งกระตุ้นจะประกอบด้วย พลังความตึงเครียด ซึ่งเกิดจากผลของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการของบุคคลทั้งที่รู้สึกตัวและจิตใต้สำนึกจะพยายามลดความตึงเครียดโดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสนองความต้องการของเขา และทำให้ผ่อนคลายความรู้สึกตึงเครียด จุดมุ่งหมายเฉพาะในการเลือกพฤติกรรมเป็นผลจากความคิดและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

นักจิตวิทยามาสโลว์ได้กำหนดทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความตึงเครียดซึ่งกำหนดความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ซึ่งจัดตามลำดับความสำคัญจากความต้องการระดับต่ำ (ความต้องการของร่างกาย) ไปยังระดับสูง (ความต้องการด้านจิตวิทยา) โดยเสนอว่าบุคคลจะแสวงหาความต้องการระดับต่ำก่อน เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วจึงแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ถ้าความต้องการในระดับต่ำยังไม่ได้รับการตอบสนองสิ่งจูงใจในความต้องการนั้นก็จะยังคงมีอยู่ ดังรูป



รูปที่ 2-2 แสดงลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

- ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหากระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง
- ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือกหากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก
- ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือกผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวมไว้มากจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสียทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด
- ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสียหลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น
- ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นมาใช้และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค (Perception)

การรับรู้หมายถึงกระบวนการตีความหมายหรือแปลความหมายของมนุษย์ที่ได้จากความรู้สึกล้มผัสเมื่อสิ่งเร้ามากระทบประสาทสัมผัสทั้ง 5 อันประกอบด้วยตาหูจมูกลิ้นและกายสัมผัสโดยการจากแนกคัดเลือกรหัสด้วยระบบการทำงานของตนเองเทียบเคียงกับประสบการณ์เดิมในความทรงจำให้กลายเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายส่งผลการแสดงพฤติกรรมและนำไปใช้ในการเรียนรู้ต่อไปการรับ (Perception) เป็นประสบการณ์การรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงในขณะที่จินตนาการนั้นถูกสร้าง

ขึ้นโดยอยู่ในความควบคุมของจิตใจเป็นจิตรูปที่ไม่ได้มีการรับรู้เกิดขึ้นจริงโดยปกติแล้วในคนทั่วไป จะไม่มีความยากลำบากในการแยกสองสิ่งออกจากกันเช่นในขณะที่เราจินตนาการถึงอาหารมี้อร่อย จนถึงแม้ว่าอาจกระตุ้นให้เราน้ำลายสอได้เช่นเดียวกับการได้เห็นอาหารจริงแต่เราก็อ้อมรู้ดีว่าไม่มีอาหารจริงอยู่ต่อหน้าเราระดับการรับรู้ (Stage of Perception) (Kraupl Taylor, 1996 อ้างอิงใน อรรถวรรณเจริญจิตรกรรม, 2549) ได้กำหนดระดับขั้นต่างๆที่ซับซ้อนขึ้นตามลำดับของการรับรู้ไว้ดังนี้

1. Field of Sensations คือในการเกิดการรับรู้ขึ้นแต่ละครั้งจะมีการรับรู้ข้อมูลเข้ามามากกว่า 1 อย่างเช่นในขณะที่ฟังการบรรยายเราจะเห็นทั้งผู้บรรยายได้ยินเสียงของผู้บรรยายและเห็น โสวัตที่คนดูปรกฏไปพร้อมๆกันในเวลาเดียวกัน
2. Sensory Percept คือขั้นตอนที่มีการรับรู้ข้อมูลเพียง รูปร่างลักษณะเท่านั้นโดยยังไม่มี การเทียบเคียงกับสิ่งที่จดจำได้เป็นขั้นตอนที่ยังไม่ทราบความหมาย เช่นเห็นวัตถุสิ่งหนึ่งแล้วทราบแต่เพียงว่าเป็นผ้าที่มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าโดยที่ยังไม่รู้ว่ที่แท้จริง แล้วสิ่งนั้นคือธงชาติ
3. Meaningful Percept คือขั้นตอนที่มีการรับรู้ความหมายของสิ่งเร้าซึ่งขั้นตอน นี้ต้องอาศัยการเทียบเคียงกับสิ่งที่จดจำได้ที่อยู่ในความทรงจำเช่นเมื่อผ้าที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่เป็น แถบห้าสีโดยมีสีน้ำเงินอยู่ตรงกลางแถบใหญ่ประกอบด้วยแถบสีขาวและแดงตามลำดับในลักษณะเป็น ริ้วแวนอนก็สามารถรับรู้ได้ว่านี่คือธงชาติไทย

ความสำคัญของการรับรู้มีดังนี้การรับรู้เป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้การรับรู้ทำให้เกิด อารมณ์และความรู้สึกอันมีผลต่อจิตใจที่ชั่วครวและถาวรการรับรู้ทำให้บุคคลมองเห็นคุณค่าของ สิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดแนวทางพัฒนาปรับเปลี่ยนเลือกสรรและแยกแยะสิ่งเร้ารอบๆตัว

ลักษณะสำคัญของการรับรู้มี 6 ประการคือ

1. ต้องมีพื้นฐานข้อมูลหรือความรู้ในเรื่องนั้นมาก่อนหรือถ้าไม่มีความรู้อย่างน้อยต้องมีประสบการณ์ เดิมในเรื่องนั้นอยู่บ้าง
2. จะต้องประกอบด้วยข้อวินิจฉัยในขั้นตอนของกระบวนการรับรู้ทั้งนี้เพราะในการรับรู้ต้องอาศัย วิธีการ
3. วินิจฉัยโดยการตั้งสมมติฐานหรือประติดประต่อเรื่องต่างๆเข้าด้วยกันเพื่อให้การรับรู้ในสิ่งนั้นเกิด ความสมบูรณ์มากที่สุด
4. จะต้องมีความสามารถในการแยกแยะลักษณะหรือคุณสมบัติที่สำคัญของข้อมูลนั้นได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะต้องอาศัยความจาจากประสบการณ์เดิมมาใช้
5. ลักษณะของการรับรู้จะต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงของข้อมูลต่างๆหลายประเภท
6. กระบวนการของการรับรู้จะต้องอาศัยการตัดแปลงข้อมูลจากประสบการณ์เดิมมาใช้ให้เหมาะสมกับ แต่ละเรื่องที่กำลังรับรู้อยู่ในขณะนั้นกระบวนการของการรับรู้จะเป็นไปโดยอัตโนมัติเป็นการทำงาน ของสมองในการรับรู้ข้อมูลต่างๆ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าที่พักอาศัย ของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรีดังนั้นจึง จำเป็นต้องเข้าใจการใช้ชีวิตในสังคมญี่ปุ่น ความต้องการของชาวญี่ปุ่น เพื่อนำผลจากการสำรวจมา เปรียบเทียบกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.6 ประเภทของอาคารชุด แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

2.6.1 อาคารชุดเพื่อการอยู่อาศัย เป็นอาคารสูงที่สร้างหลายๆ ชั้น โดยในแต่ละชั้นแบ่งเป็นหลายยูนิตหรือห้องชุด ซึ่งในแต่ละยูนิตมีสภาพเหมือนบ้านทั่วไป ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ที่จะแบ่งเป็นห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัว นอกจากนี้ในแต่ละอาคารชุดอาจจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องประชุม ซุปเปอร์มาร์เก็ต สนามกีฬา สระว่ายน้ำ เพื่อให้บริการผู้อยู่อาศัย ปัจจุบันพบว่ามีจำนวนมากที่สุดในบรรดาอาคารชุดประเภทต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ใจกลางเมืองซึ่งที่ดินมีราคาแพง

สำหรับอาคารชุดพักอาศัยซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล หรือภูเขา นอกจากจะใช้เป็นที่อยู่อาศัยตามปกติแล้ว ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวได้ เช่น การมีอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ หรือบริเวณจุดชมวิว โดยพบว่าผู้ซื้อได้มีวัตถุประสงค์ที่จะใช้เป็นอยู่อาศัยเป็นการถาวร แต่ต้องการใช้เป็นที่พักอาศัยสำหรับการพักผ่อน ซึ่งสามารถเดินทางไปได้ตลอดเวลา เรียกว่า อาคารชุดพักตากอากาศ

2.6.2 อาคารชุดสำนักงาน เป็นอาคารชุดซึ่งสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสำนักงานประกอบธุรกิจการค้า ซึ่งสามารถขายให้แก่บริษัทต่างๆ ที่ต้องการซื้อเป็นสำนักงาน ซึ่งมีข้อดี คือ ไม่มีปัญหาเรื่องการแข่งขันค่าเช่า และยังเป็นการเพิ่มทรัพย์สินของบริษัทอีกด้วย

2.6.3 อาคารชุดอุตสาหกรรม (Industrial Condominium) ซึ่งอาคารชุดประเภทนี้เป็นที่นิยมในประเทศที่มีที่ดินจำกัด เช่น ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ เป็นต้น โดยลักษณะพิเศษของอาคารสูงเป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อม ซึ่งจะผลิตสินค้าไม่กอมลพิษและสามารถอยู่รวมกันในอาคารสูงได้ สำหรับประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2533 บจก. บางกอก แลนด์ ได้เปิดตัวโครงการคอนโดมิเนียมอุตสาหกรรม มีพื้นที่ขายห้าแสนกว่าตารางเมตร (ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 2546)

2.7 รูปแบบการใช้ชีวิตสังคมชาวญี่ปุ่น (ประเทือง หงสรานกร, 2549)

ลักษณะของชุมชนญี่ปุ่น การรวมตัวกันทางวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่น จากการที่ประเทศญี่ปุ่นมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะ จึงทำให้การเปลี่ยนแปลงในประเทศส่วนใหญ่เป็นวิวัฒนาการภายในประเทศมากกว่าเป็นแรงผลักดันจากวัฒนธรรมภายนอก ส่งผลให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเกิดการรวมตัวอย่างเหนียวแน่น ส่งผลทำให้ประเทศญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมเป็นแบบเดียวกัน (Homogeneous Culture) แม้ว่าประเทศญี่ปุ่นเองจะมีชนกลุ่มน้อยต่างๆอาศัยร่วมในประเทศด้วย เช่น ชาวไอนุ ชาวเกาหลี และกลุ่มบุราคูมิน เป็นต้น อีกทั้งวัฒนธรรมแบบเดียวกันของประเทศญี่ปุ่น การที่ประเทศญี่ปุ่นมีคนหลากหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกัน หากแต่ยังคงมีวัฒนธรรมแบบเดียวกันในสังคมได้นั้น อาจเป็นเพราะรูปแบบและการขัดเกลาทางทางสังคม การปลูกฝังทางศาสนา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวิธีการหาเลี้ยงชีพ ที่ส่งผลให้คนญี่ปุ่นมักกระทำสิ่งต่างๆ เหมือนกันกับกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่เสมอ โดยอาจมีสาเหตุและที่มาของวัฒนธรรมแบบเดียวกันรวม 11 ประการดังนี้

-การอยู่ร่วมกันอย่างแออัดในพื้นที่แคบๆอาจสร้างนิสัยของความร่วมมือน่าสนใจกัน

-การปลูกฝังทางศาสนา ในการปฏิบัติธรรมของพุทธศาสนิกชนเช่นนั้น จะมีรูปแบบที่แน่นอนชัดเจนและตายตัว เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติตามได้อย่างเคร่งครัดอันอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้คนญี่ปุ่นปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่

-รูปแบบของสังคมที่ปรากฏในการพร่ำสอนตามสถานศึกษาโดยครูบาอาจารย์เป็นเสมือนบ้ำาหลอมนักเรียนนักศึกษาให้ออกมาเป็นพิมพ์เดียวกันแบบเซ็ทโต๊ะหรือระบบการทำตามรูปแบบเดียวกัน

-ประเพณีปฏิบัติของคนญี่ปุ่นที่ต้องทำให้ตนเองไม่เพียงเข้ากับสังคมได้เท่านั้นแต่ยังต้องทำตนให้เป็นที่ยอมรับของสังคมอีกด้วย ดังนั้นคนญี่ปุ่นทุกคนในสังคมจึงต้องทำตนให้ไม่แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ

-คนญี่ปุ่นมีความเชื่อว่าสังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมชนชาติเดียวกันคือชนชาติญี่ปุ่นและยึดถือว่าคนญี่ปุ่นแต่ละคนนั้นได้ผ่านขั้นตอนทางประวัติศาสตร์มาอย่างเดียวกันมีพลังทางสมองเหมือนกัน ดังนั้นคนญี่ปุ่นจึงรวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นก้อนไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลก

-ลักษณะการทำเกษตรกรรมของครอบครัวญี่ปุ่นในอดีตและชีวิตชุมชนหมู่บ้านชนบททำให้คนญี่ปุ่นร่วมมือร่วมใจกันทำตนเป็นกลุ่มและเมื่อประเทศญี่ปุ่นมีพัฒนาการทางเศรษฐกิจระบบหมู่บ้านและองค์กรธุรกิจก็ได้ใช้วิธีการเดียวกันในการจัดการกับผู้อยู่อาศัย กล่าวคือ การร่วมมือร่วมใจกันสร้างสรรค์และพัฒนาบริษัทและองค์กรเพื่อให้บรรลุถึงความสำเร็จร่วมกัน

-พ่อ แม่ และครูบาอาจารย์ จะสั่งสอนให้เด็กทำตัวให้เข้ากับผู้อื่น แบบอย่างบุพการีและครูอาจารย์จึงเป็นหนทางสนับสนุนให้เด็กเรียนรู้จักการอิงกลุ่ม

-พื้นที่และหน้าที่ของปัจเจกชน (หรืออิริ) ก่อให้เกิดความต่อเนื่องของการสร้างบุญคุณและการตอบแทนบุญคุณระหว่างสมาชิกในสังคมญี่ปุ่นเพื่อการพึ่งพิงกันทางสังคม

-การจัดลำดับชั้นในสังคมและระบบอาวุโส (Hierarchy) ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีลำดับชั้นทางสังคมโดยแสดงให้เห็นถึงสถานภาพของคู่สนทนาว่าเป็นผู้ที่อยู่สูงกว่าหรือเท่าเทียมกัน หรือต่ำกว่าและเป็นการสนทนาอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ โดยสถานภาพดังกล่าวปรากฏชัดเจนในการใช้ภาษาญี่ปุ่น นอกจากนี้คนญี่ปุ่นยังนิยมการจัดลำดับชั้นในเรื่องอื่นๆด้วย เช่น การจัดว่าสถานภาพของคนยุโรปและคนอเมริกันสูงกว่าสถานภาพของคนเอเชียด้วยกันเอง โดยเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์มีอำนาจและมีกำลังทรัพย์มากกว่า จะสามารถคุ้มครองผู้ที่ด้อยอาวุโสกว่าและผู้ที่อยู่ในระดับชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ ดังนั้น ผู้ที่มีฐานะทางสังคมสูงกว่าจึงเป็นผู้ดูแลคนในสังกัดของกลุ่ม จนทำให้เกิดความผูกพันระหว่างคนในกลุ่มมากยิ่งขึ้น

-การเคารพผู้อาวุโส ที่ถือกำเนิดมาจากรากฐานสำคัญสองประการ กล่าวคือ จากการที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นสังคมที่มีลำดับชั้นสูงต่ำ และจากความเชื่อในเรื่องของการมีกตัญญูตเวทิตาที่ระบุให้คนมีหน้าที่และมีพันธะต่อบุพการีตามคำสอนของปราชญ์ขงจื้อคนญี่ปุ่นนั้น ให้ความสำคัญต่อการบูชาบรรพบุรุษมาแต่โบราณตามอย่างความเชื่อพื้นฐาน 5 ประการของลัทธิความเชื่อขงจื้อในเรื่องของความผูกพันระหว่างผู้ตายไปแล้วและลูกหลานที่ยังมีชีวิตอยู่ ในขณะที่คนไทยเองก็ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ เพราะถือว่าเป็นผู้ที่มีพระคุณในการให้กำเนิดเลี้ยงผู้ผู้และผู้มีประสบการณ์ในชีวิตมาก

-วิธีการแสดงออกซึ่งการให้ความเคารพแก่ผู้สูงวัย ในรูปของการจัดลำดับที่นั่งและการให้สิทธิแก่ผู้สูงวัยก่อนผู้อื่น ตัวอย่างเช่น ห้องโถงของบ้านญี่ปุ่นที่เป็นทั้งห้องทานข้าวระหว่างเวลากลางวัน

และเป็นห้องนอนในเวลากลางคืนนั้นจะมีโทโกโนมะ (Tokonoma) อยู่ ซึ่งเป็นที่แขวนป้ายเขียนแบบ ม้วนยาวกลม ที่วางงานศิลปะหรือที่ซึ่งมีไว้เพื่อการจัดวางดอกไม้ ที่นั่งถัดมาจากโทโกโนมะ คือที่นั่ง สำหรับผู้มีเกียรติสูงสุดซึ่งหมายถึงชายผู้สูงอายุที่สุดในบ้านนั่นเอง รองลงมาคือที่นั่งของภรรยาของ ชายผู้นี้ ซึ่งลดหลั่นกันลงมา ตามสถานภาพของคนในครอบครัวตามอายุและตามเพศ นอกจากนี้ ผู้สูงอายุยังได้รับเกียรติเหนือคนอื่นๆ เช่น การได้รับอาหารก่อน การได้เดินนำหน้าก่อน การได้อาบน้ำ ร้อนน้ำแรก การได้ทางอาหารตามรสชาติที่ชื่นชอบ หรือแม้แต่การที่ได้กินเค้กเดินทางมาเยี่ยมและ เดินทางมาในวันเกิดของบุพการีทุกปี ตลอดจนถึงการฉลองอายุครบรอบ 61 ปีแต่บุพการี เป็นต้น ในขณะที่คนไทยมักแสดงออกซึ่งความเคารพผู้สูงวัยด้วยการกราบ การไหว้ ตลอดจนถึงการแสดงออกถึง ความอ่อนน้อมถ่อมตนในการรับฟังข้อคิดเห็นและคำแนะนำเพื่อนำมาพัฒนาตนเองและพัฒนาหน้าที่ การงาน เป็นต้น ทักษะที่ยืดหยุ่นต่อการใช้เวลา ในขณะที่คนญี่ปุ่นในวัยรุ่นและวัยกลางคนต่างก็มีความเคร่งครัดต่อการใช้เวลา ในทางตรงกันข้ามคนญี่ปุ่นมักให้ความยืดหยุ่นแก่ตนเองในการใช้เวลา กระทำกิจกรรมต่างในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสม จึงทำให้คนญี่ปุ่นวัยเกษียณมีอิสระในการพักผ่อน ยามว่างมากขึ้น เช่นเดียวกับคนไทยในวัยเกษียณที่นิยมการดูแลผลหมากรากไม้หรือการทำกิจกรรม เบาๆเพื่อเป็นการเสริมสร้างความชุ่มชื้นให้แก่ชีวิตอยู่เป็นนิจ

2.8 ข้อมูลด้านสถานะความต้องการของลูกค้ายาชาวญี่ปุ่น ต่อที่พักอาศัยในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบห้องพักอาศัย (บริษัท โคบายาชิ จำกัด ประเทศไทย, 2554: ออนไลน์)

2.8.1 ลักษณะโดยทั่วไปของห้อง ลูกค้ายาชาวญี่ปุ่นจะชอบห้องที่ดูโล่ง โปร่ง สะอาดเรียบร้อย และแบ่งแยกออกเป็นสัดส่วน เพราะ มองแล้วให้ความรู้สึกสบายตา และทำให้ใจสงบ

2.8.2 ส่วนทางเข้า

2.8.2.1 ทางเข้าบริเวณประตู ควรจะมีตู้รองเท้า สำหรับเปลี่ยนรองเท้าก่อนเข้า บ้านหรือห้องพักอาศัย เมื่อเข้ามาแล้วควรจะมีตู้รับแขกที่ดูสะอาด กว้างขวาง และมีพื้นที่ใช้ สอยที่เหมาะสม

2.8.2.2 ทางเข้าบริเวณประตู ไม่ควรใช้พื้นไม้ปาร์เกต์ (Genkan) เพราะเป็นรอย ได้ง่าย เนื่องจากเวลาลูกค้ายาจะใส่รองเท้า บางครั้งรองเท้าของภรรยาเป็นรองเท้าสูง หรือสามเวิเวลาใส่ แล้วมักจะมีการกระแทกรองเท้า ทำให้พื้นปาร์เกต์เป็นรอย ทำให้เจ้าของห้องคิดค่าเสียหายเพื่อซ่อมพื้น ดังนั้น หากเป็นไปได้พื้นบริเวณหน้า อาจปูพื้นบริเวณดังกล่าวด้วยวัสดุที่ทนทานกว่าแทนปาร์เกต์ ซึ่ง สามารถป้องกัน ความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

2.8.2.3 ควรติดตั้งประตูแบบล็อก 2 ชั้น (Double Lock) เพราะ ลูกค้ายาชาวญี่ปุ่น นิยมประตูแบบล็อก 2 ชั้น เนื่องจากบางครั้งเดินทางไปต่างจังหวัดหรือกลับประเทศโดยเดินทางไป หลายๆ วัน มีล็อก 2 ชั้น จะช่วยดูแลทรัพย์สินและรู้สึกไม่เป็นกังวล

2.8.2.4 ปัญหาของการใช้ Key Card เนื่องจากบางอพาร์ทเมนท์เป็นแบบทาบบ สแกนกับเครื่องสแกนที่หน้าประตูห้อง เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เกิดปัญหาเมื่อใช้ไปนานๆ ถ่านที่ตัวเครื่อง สแกนเกิดหมดหรือเสียในวันทีลูกค้ายา กลับบ้านหลังจากที่ออฟฟิศ นิติบุคคลเลิกงานแล้ว จึงไม่มีใครอยู่ แก่ปัญหาให้กับลูกค้ายาในช่วงเวลานั้นได้ ซึ่งทำให้ลูกค้ายาชาวญี่ปุ่นไม่สะดวก และเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่ จำเป็น ดังนั้นลูกค้ายาจึงไม่ค่อยชอบระบบสแกนนี้เท่าที่ควร

2.8.3 ส่วนรับแขก ถือเป็นหน้าตาของเจ้าบ้าน เพราะฉะนั้นลูกค้าชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญมาก ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกดังต่อไปนี้

2.8.3.1 เครื่องใช้ไฟฟ้า สำหรับการเลือกเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในที่พักสำหรับลูกค้าชาวญี่ปุ่นควรเป็นยี่ห้อของประเทศญี่ปุ่น เพราะว่าการใช้งานต่างๆเป็นภาษาญี่ปุ่น

2.8.3.2 เฟอร์นิเจอร์ โดยปกติแล้วคนญี่ปุ่นแบบเรียบๆจะไม่ชอบห้องที่รก หรือมีเฟอร์นิเจอร์อะไรหลายๆ

2.8.3.2.1 รูปแบบและโทนสีของเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักสามารถแบ่งตามอายุของลูกค้าชาวญี่ปุ่นออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ

2.8.3.2.1.1 กลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่อายุ 30 ถึง 40 ปีมีประมาณร้อยละ 70 ของที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย นิยมโทนสีแบบสีด้าและสีขาว คือ การตกแต่งห้อง ให้เป็นโทนสีขาวและสีด้า เช่น ผ้าม่านและพาดานภายในห้องควรเป็นสีขาว สำหรับเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือนภายในห้องพัก ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะ ตู้ โซฟา ควรเป็นสีด้า และใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มี Glass (กระจก) เป็นส่วนประกอบ เป็นต้น และการตกแต่งห้องครั้นนั้น ควรเป็น สีขาว, ด้า ด้วย ซึ่งทำให้ลูกค้าชาวญี่ปุ่นตัดสินใจเลือกที่เร็วขึ้น

2.8.3.2.1.2 กลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่มีอายุ 50 ถึง 60 ปี มีประมาณร้อยละ 30 ที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย จะชอบห้องที่ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์โทนสีน้ำตาล ไม่ว่าจะเป็นสีน้ำตาลอ่อน หรือเข้ม ลูกค้าผู้สูงอายุจะชอบการตกแต่งห้องแบบเรียบๆ

2.8.3.2.2 โต๊ะทำงานภายในห้อง ไม่ควรเลือกแบบที่มีกระจกขอบโต๊ะ เพราะไม่เป็นที่นิยมของลูกค้าชาวญี่ปุ่น เนื่องจากกระจกนั้นถือเป็นหิน มีคุณสมบัติเย็น ทำให้ชาวญี่ปุ่นไม่ชอบ เพราะเกรงว่าจะมีผลกับสุขภาพ อีกทั้งอาจจะกระแทกสร้างความเสียหายให้กับเครื่องมือเครื่องใช้บนโต๊ะอีกด้วย ดังนั้นลูกค้าชาวญี่ปุ่นนิยมสิ่งที่เป็นธรรมชาติ เช่น ไม้หรือวัสดุเลียนแบบไม้

2.8.4 ส่วนครัว เป็นส่วนที่สำคัญเทียบเท่าส่วนรับแขก โดยเฉพาะกับลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่เป็นครอบครัวหรือมีภรรยา เพราะลูกค้าชาวญี่ปุ่นมักจะทำอาหารรับประทานกันในครอบครัว

2.8.4.1 ส่วนครัวที่ดีจึงต้องแบ่งแยกออกเป็นสัดส่วน สามารถประกอบอาหารได้จริงๆ และมีเครื่องดูดควันให้

2.8.4.2 ควรเป็นครัวแบบเปิด (Open Kitchen) เพราะ แม่บ้านสามารถที่จะดูแลลูกไปพร้อมๆ กับการทำอาหารได้

2.8.4.3 ไม่ควรเป็นครัวแบบปิด (Close Kitchen) เพราะ อากาศถ่ายเทไม่สะดวกภายในส่วนครัวจะร้อนมากกว่าส่วนรับแขก ซึ่งแม่บ้านรู้สึกไม่สบายเวลาทำอาหาร

2.8.4.4 ควรมีแสงสว่างส่องเข้ามาได้ เพราะชาวญี่ปุ่นมีความเชื่อว่าตนเองเป็นลูกพระอาทิตย์ จึงมีความรู้สึกผูกพันกับดวงอาทิตย์ แสงสว่างจากธรรมชาติ นอกจากจะทำให้ประหยัดไฟในช่วงเวลากลางวันแล้ว ยังสามารถช่วยฆ่าเชื้อโรค ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นคำนึงถึงอยู่เสมอ ดังนั้นที่อยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่นต้องมีแสงอาทิตย์ส่องเข้ามาถึง แม้กระทั่งส่วนครัวก็ควรมีหน้าต่างด้วย

2.8.4.5 ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกดังต่อไปนี้

2.8.4.5.1 เต้าไฟฟ้า โดยมีรายละเอียดการเลือกใช้ให้เหมาะสมตามรูปแบบของลูกค้าชาวญี่ปุ่นโดย เต้าไฟฟ้าแบบ 4 หัวเต้า เหมาะสำหรับลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่เป็นครอบครัว เต้าไฟฟ้าแบบ 2 หัวเต้า เหมาะสำหรับลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่เป็นคนโสด และควรให้หัวเต้าเรียงกันในแนวนอน

2.8.4.5.2 ควรเป็นเครื่องซักผ้าที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่น เพราะลูกค้าชาวญี่ปุ่นสามารถเตา Function การใช้งานได้ง่ายกว่าเครื่องซักผ้าที่ผลิตในประเทศอื่น

2.8.4.5.3 เครื่องอบผ้าไม่จำเป็นต้องเตรียมเอาไว้ให้ เนื่องจากคนญี่ปุ่นนิยมตากแดดมากกว่า เพราะคนญี่ปุ่นเชื่อว่าการตากแดดทำให้เสื้อผ้ามีกลิ่นหอมของแดดให้ความรู้สึกสะอาดสดชื่นอีกด้วย

2.8.5 ส่วนนอน

2.8.5.1 ส่วนนอนเน้นที่ความเรียบง่าย สำหรับพักผ่อน

2.8.5.2 ลูกค้าชาวญี่ปุ่นจะไม่ชอบเตียงที่มีเสาแบบยุโรป

2.8.5.3 แสงไฟภายในห้อง ควรมีแสงสว่างเพียงพอต่อการอ่านหนังสือ เพราะชาวญี่ปุ่นมีนิสัยรักการอ่าน ซึ่งชาวญี่ปุ่นจะถือว่าการอ่านเป็นเวลาพักผ่อน โดยมักจะอ่านหนังสือก่อนเวลาจะนอน

2.8.5.4 แสงไฟภายในห้อง ควรเป็นไฟสีขาว ส่วนไฟสีเหลืองนวลนั้นเหมาะสมสำหรับชาวตะวันตกมากกว่า ประกอบกับชาวญี่ปุ่นมีนิสัยรักการอ่าน บริเวณหัวเตียงจะต้องมีแสงสว่างเพียงพอสำหรับการอ่าน

2.8.5.5 หน้าต่างภายในห้อง ควรมีขนาดใหญ่ แสงแดดส่องเข้ามาได้ รวมไปถึงให้ความรู้สึกกว้างสบาย ไม่อึดอัดและยังสามารถชมวิวกวายนอกห้องพักได้

2.8.5.6 ที่นอน (ฟูก) ควรเป็นแบบแข็ง เพราะ ลูกค้าชาวญี่ปุ่นชอบแบบแข็งมากกว่าแบบนุ่ม เนื่องจากที่ญี่ปุ่น มีชาวญี่ปุ่นบางส่วนจะนอนบนพื้น โดยมีผ้ามรองเท่านั้นจึงเกิดเป็นความเคยชิน หากเป็นแบบนุ่มจะทำให้รู้สึกปวดหลังได้

2.8.6 ส่วนห้องน้ำ

2.8.6.1 ควรจะมีการแยกอ่างอาบน้ำ และ ห้องอาบน้ำ ออกจากกัน

2.8.6.2 ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกดังต่อไปนี้

2.8.6.2.1 อ่างอาบน้ำ เพราะ ลูกค้าชาวญี่ปุ่นมีนิสัยขยันทำงานอย่างมาก หลังจากทำงานอย่างหนัก คนญี่ปุ่นต้องการผ่อนคลาย วิธีหนึ่งที่นิยมคือ การนอนแช่น้ำร้อนในอ่างอาบน้ำ เพื่อผ่อนคลายความเครียด และเหตุผลทางด้านสุขภาพ คือ เพื่อกระตุ้นการไหลเวียนของเลือดในร่างกาย ทำให้รู้สึกสดชื่นขึ้น อ่างอาบน้ำจึงถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่ง

2.8.6.2.2 ห้องอาบน้ำ ควรแยกฝักบัวอาบน้ำกับอ่างอาบน้ำ รวมถึงนอกจากมีอ่างอาบน้ำแล้วควรมีส่วนฝักบัวหรือห้องอาบน้ำแยกกันด้วย และภายในห้องน้ำ ควรมีพื้นที่ในห้องน้ำ เนื่องจากชาวญี่ปุ่นจะล้างทำความสะอาดตัวก่อนเข้าไปแช่ในอ่างอาบน้ำ โดยจะไม่นั่งขัดตัวในห้องน้ำเพราะจะไม่ทิ้งน้ำร้อนหลังจากที่ตัวเองแช่เสร็จ โดยจะให้คนอื่นภายในครอบครัวมาแช่ต่อ

2.8.6.2.3 เครื่องทำน้ำร้อน เพราะ ลูกค้าชาวญี่ปุ่นนิยมแช่น้ำร้อน แต่ อุณหภูมิที่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นนิยมนั้น สูงกว่าคนไทยมาก ดังนั้น เครื่องทำน้ำร้อนควรเป็นยี่ห้อที่มี ประสิทธิภาพในการทำความร้อนค่อนข้างสูงมาก เนื่องจากมีข้อร้องเรียนของลูกค้าชาวญี่ปุ่นว่า เครื่อง ทำน้ำร้อนไม่ค่อยร้อน แต่เมื่อช่างเข้าไปเช็คก็รู้สึกว่าร้อนดีไม่มีปัญหา ก็เนื่องจากเหตุผลข้อนี้

2.8.6.2.4 ฝารองนั่งอัตโนมัติ หรือ Washlet เพราะ การใช้อุปกรณ์ชนิด นี้ในประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นเรื่องปกติธรรมดาตามาก เช่น ร้าน McDonald ทุกสาขาประเทศญี่ปุ่นมีไว้ บริการทุกร้าน ร้านอาหารทั่วไปร้อยละ 70 และทุกบ้านมีร้อยละ 50 ของทั้งหมดเนื่องจากที่ประเทศ ญี่ปุ่นมีอากาศหนาว ฝารองนั่งจะมีระบบควบคุมอุณหภูมิบริเวณรอบฝา ทำให้รู้สึกอุ่นสบาย แม้ ประเทศไทยจะไม่หนาวเท่าญี่ปุ่น แต่ก็ยังได้รับความนิยม เมื่อย้ายเข้ามาจะมีความต้องการให้ติดตั้ง เกือบ 100% ยี่ห้อที่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นนิยมคือ TOTO

2.8.7 บริการต่างๆ ภายในห้องพักอาศัย

2.8.7.1 บริการการฉีดยาป้องกันแมลงต่างๆ (Pest Control) ควรทำอย่างน้อย 2 เดือนครั้งหรือเดือนละ 1 ครั้ง ถ้าเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จะมีสัญญาการฉีดยาป้องกันแมลงต่างๆ ให้อยู่แล้ว

2.8.7.2 บริการล้างเครื่องปรับอากาศ ควรทำอย่างน้อยทุกๆ ครั้งปี เพื่อให้ เครื่องปรับอากาศสะอาด สร้างความเย็น ให้กับห้องพักอาศัย ประหยัดค่าไฟฟ้า และเพื่อสร้างความ พอใจให้ลูกค้า

2.8.7.3 บริการอินเทอร์เน็ต (Internet) ในห้องพัก ลูกค้าชาวญี่ปุ่นต้องการให้ ห้องพักมีการติดตั้ง Internet ส่วนความเร็วที่ขึ้นต่ำคือ 2 MB อาจจะเป็น ADSL หรือ WIFI แต่สิ่งที่ ต้องให้ความใส่ใจเป็นพิเศษ คือ การ Setting Internet ให้ลูกค้า และปัจจุบันคอมพิวเตอร์ลูกค้าชาว ญี่ปุ่นส่วนมาก จะเป็น Windows Vista (ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows รุ่นล่าสุด ต่อจาก Windows XP) ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาในการติดตั้งกับระบบผู้ให้บริการ ส่วนมากลูกค้าจะติดตั้งเอง ไม่ได้ เพราะเจ้าหน้าที่ Call Center ของระบบให้บริการ ไม่สามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้ หรือช่างที่ผู้ ติดตั้งกับ Windows Vista ได้ ก็จะมีปัญหาที่ว่าเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นภาษาญี่ปุ่น (อ่านภาษาญี่ปุ่น ไม่ได้ก็ดำเนินการไม่ได้)

2.8.7.4 บริการตู้เซฟ (Safety Box) และระบบรักษาความปลอดภัย ควรจัดให้มี ภายในโครงการและห้องพัก เพราะโดยปกติส่วนมากธรรมชาติของชาวญี่ปุ่นจะคำนึงถึงความ ปลอดภัยสูง (Safety First) ตัวอย่างเช่น ครั้งที่ประเทศไทยมาเรื่องการประท้วง ญี่ปุ่นเป็นประเทศ แรกๆ ที่มีประกาศจากรัฐบาลญี่ปุ่นเตือนชาวญี่ปุ่นให้ระงับการมาท่องเที่ยวประเทศไทย ดังนั้น ไม่น่า แปลกใจเลยว่า ที่ห้องพักก็เช่นกันนอกจากจะต้องมีความสบาย ตกแต่งสวยงามแล้ว ถูกใจแล้วชาว ญี่ปุ่นก็จะให้ความสำคัญเรื่องการรักษาความปลอดภัย ทั้งในส่วนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ระบบศัลยกรรมของอาคาร เช่น ประตูเข้า-ออก, ลิฟต์ ตลอดจนประตูห้องพัก และภายในห้อง เช่น มีตู้ เซฟ (Safety Box) ให้ลูกค้าเก็บสิ่งของมีค่า ฉะนั้นในห้องพักเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับลูกค้า Long Stay

2.9 ทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐานในการใช้พื้นที่

2.9.1 ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานในด้านการใช้พื้นที่

2.9.1.1 ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs)

1) **ด้านตัวมนุษย์** คือ หน่วยที่พักอาศัยต้องเหมาะสมต่อองค์ประกอบของมนุษย์ คือ ไม่ร้อนเกินไป ไม่หนาวเกินไป ไม่เสียงดัง หรืออึดอัดเกินไป

2) **ด้านกายภาพ** คือ หน่วยที่พักอาศัยต้องเหมาะสมกับขนาดของมนุษย์ เช่น ความสูง ความเตี้ย ความอ้วน หรือผอม ขนาดและSpace ในอริยาบถต่างๆ

3) **กิจกรรมประจำวันใหม่หน่วยที่พักอาศัย** คือ หน่วยที่พักอาศัยต้องสอดคล้องกับกิจกรรมนั้นๆ และกิจกรรมนั้นๆ ต้องการ Space องค์ประกอบหรืออุปกรณ์ต่างๆ อย่างใด เป็นต้น

4) **จำนวนสมาชิกที่ประกอบกิจกรรม** เป็นตัวกำหนดขนาดพื้นที่ใช้สอย (กว้าง ยาว สูง) ลักษณะของพื้นที่ (โปร่ง โล่ง تيب) และอุปกรณ์ที่จำเป็น (เฟอร์นิเจอร์ไฟฟ้า ประปา)

2.9.1.2 **ความต้องการทางด้านจิตวิทยา (Psychological Needs)** เมื่อพิจารณามนุษย์ให้เป็นระบบ จะพบว่านอกเหนือจากระบบกายภาพมนุษย์แล้ว ระบบจิตใจเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่กำหนดความต้องการที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เป็นความต้องการที่ซัดวัตผลสภาพแวดล้อมทางกายภาพว่าเหมาะสมอย่างไร (Wolfgang F.E. Preisler, 1978) หน่วยพักอาศัยต้องตอบสนองความต้องการทางด้านความปลอดภัยทั้งทางกาย และจิตใจ ความต้องการ ความมิดชิดพื้นที่แบ่งเป็นสัดส่วน และเป็นส่วนตัวตลอดจนความต้องการความเป็นระเบียบ

2.9.1.3 **ความต้องการทางด้านสังคม (Social Needs)** อาคารที่รวมหน่วยพักอาศัยหลายหน่วยเข้าด้วยกัน มีความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้าง ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการทางด้านสังคม ในระดับการติดต่อพื้นฐาน หน่วยพักอาศัยทั้งภายใน และภายนอก ควรเอื้ออำนวยให้พื้นที่ที่เหมาะสม ที่จะก่อให้เกิดการติดต่อกันได้ทั้งในระดับบุคคลต่อบุคคล และในระดับกลุ่ม ในขณะที่หน่วยพักอาศัยภายนอกควรเอื้ออำนวยให้พื้นที่ที่เหมาะสมกับกิจกรรมในระดับกลุ่มเป็นอย่างน้อย

2.9.1.4 **ความต้องการระยะห่างเว้นว่างระหว่างบุคคล** โดยทั่วไปบุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน อาศัยอยู่ร่วมกันมีแนวโน้มที่มีระยะห่างระหว่างบุคคลน้อยกว่าบุคคลเพศเดียวกัน กล่าวคือ ต่างเพศจะมีความใกล้ชิดมากกว่าเพศเดียวกันอาศัยอยู่ร่วมกัน และความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และพฤติกรรมเว้นว่างส่วนบุคคล พบว่าระหว่างเพศหญิง กับเพศหญิงมีระยะห่างระหว่างบุคคลน้อยกว่าเพศชายกับเพศชาย กล่าวคือ เพศหญิงที่พักอาศัยร่วมกับเพศหญิงด้วยกัน จะมีความใกล้ชิดมากกว่าเพศชายที่พักอาศัยร่วมกับเพศชาย (Sommer, 1959)

2.9.1.5 **รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน** รูปแบบของวิถีการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่ส่งผลต่อความต้องการในการใช้พื้นที่ในการอยู่อาศัยของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยให้เป็นแนวทางในการอธิบายความเป็นมาของรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน (ชาญณรงค์ สุทธิลักษณ์สกุล, 2545)

2.9.2 Human Scale in Architecture (Neufert Architect's Data, 1980)

ความสัมพันธ์ของขนาดมนุษย์ การออกแบบสถาปัตยกรรมได้พัฒนาเรื่องสัดส่วนของมนุษย์สำหรับใช้ในการออกแบบของ เลอ คาบูซิเออ

2.9.2.1 เลอ คาบูซิเออ คือ สถาปนิกที่ใช้ระบบสัดส่วนเข้ามาใช้ในการออกแบบ ซึ่งแนวคิดของ เลอ คาบูซิเออ คือ Ler Modular ที่คิดค้นขึ้นในปี ค.ศ.1948 และได้พัฒนาแนวความคิดร่วมกับเรื่องขนาดของมนุษย์ อย่างไหนจึงจะอยู่ในระดับที่ใช้สอยได้ และพอเหมาะที่สุดสำหรับมนุษย์

2.9.2.2 ระบบ Golden Section ซึ่งแผนงานแรกของแนวความคิด Ler Modular มีพื้นฐานมาจากความสูงของมนุษย์ ซึ่งโดยปกติความสูงของมนุษย์อยู่ที่ 1.72 เมตร (5 ฟุต 9 นิ้ว) เมื่อยืดแขนขึ้นไปจนสุดแขนจะมีความสูงอยู่ที่ 2.16 เมตร และหากมนุษย์มีความสูงอยู่ที่ 1.83 เมตร (6 ฟุต) เมื่อยืดแขนขึ้นไปจนสุดแขนจะมีความสูงอยู่ที่ 2.26 เมตร ทั้ง 2 ขนาดมีพื้นที่อยู่ที่ขนาดของมนุษย์ ควรจะมีขนาดกว้างขึ้น หรือเล็กลง สามารถวัดจากการลากเส้นสี่เหลี่ยมมุมฉาก เพื่อวัดขนาด ดังนั้นการพัฒนาการออกแบบจึงมีพื้นฐานจากสัดส่วนมนุษย์

2.9.3 การจัดผังภายในห้องนอน

2.9.3.1 Residential Spaces (Times-Saver Standards for Interior Design)การจัดผังภายในห้องพัก จากการวิเคราะห์จากวิถีชีวิตของคน และกิจกรรม รวมไปถึงขนาดของเฟอร์นิเจอร์สำหรับที่อยู่อาศัย จึงทำให้เกิดแนวทางในการออกแบบ โดยพื้นที่ภายในห้องนอนควรมีพื้นที่อย่างน้อยที่สุดอยู่ที่ 10 ฟุต x 12 ฟุต โดยไม่รวมพื้นที่ส่วนห้องน้ำ สัดส่วนของเฟอร์นิเจอร์ และหน้าต่างจะเป็นตัวกำหนดพื้นที่ และความสูงภายในห้อง การออกแบบเบื้องต้น ควรจะมีกำหนดตำแหน่งประตู, หน้าต่าง และห้องน้ำก่อน เพื่อที่จะได้ง่ายต่อการจัดวางเตียงนอน และเฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง โดยจะต้องคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว ภายในพื้นที่ห้องขนาดเล็ก การกำหนดความกว้างของห้องขึ้นอยู่กับเตียงนอน และการประกอบกิจกรรมภายในห้องพัก โดยมีความกว้างอย่างน้อยที่สุดอยู่ที่ 9 ฟุต ห้องพักของอพาร์ทเมนต์ที่มีขนาดเล็กควรจะต้องมีราคาเช่าที่เหมาะสม และภายในห้องจะต้องสามารถประกอบกิจกรรมได้หลายอย่างเช่น นอน, พักผ่อน, ทำงาน และสร้างสรรค์ได้

2.9.3.2 Residential Housing for Elderly : Apartment สำหรับห้องนอนของผู้พักอาศัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กันจะต้องมีการกำหนดพื้นที่ค่อนข้างชัดเจน ควรมีการจัดเตรียมพื้นที่ให้เพียงพอสำหรับการจัดวางเตียงที่นอนที่สามารถให้ความเป็นส่วนตัวของแต่ละคน หากมีความต้องการให้สามารถใช้พื้นที่ภายในห้องพักได้อย่างเต็มที่ จึงแนะนำให้ห้องน้ำอยู่ในแนวผนังเดียวกับประตูทางเข้าห้องพัก จะสามารถช่วยให้ประหยัดพื้นที่ และการจัดผังภายในห้องสามารถทำได้โดยง่ายทางเดินภายในห้องพัก โดยไม่มีสิ่งกีดขวางควรมีความกว้างอย่างน้อยที่สุด 30 นิ้ว ความห่างกันระหว่างเตียง 2 เตียง ควรมีระยะห่างอย่างน้อยที่สุด 24 นิ้ว และควรมีพื้นที่สำหรับแต่งตัวอย่างน้อยที่สุด 42 นิ้ว (S.C. Reznikoff, 1986)

2.10 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

การติดต่อกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในละแวกบ้านการเดินทางที่สะดวกมีชาวสวนเกี่ยวกับบริการและงานเทศกาลต่างๆแก่ผู้สูงอายุสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในชีวิตการใช้ชีวิตที่เป็นปกติและการมองโลกในแง่ดีตัวอย่างเช่นมีรถขนส่งมวลชนป้ายรถเมล์ที่สะดวก และใกล้เส้นทางเดินไปสู่ชุมชนได้ง่ายและปลอดภัยและมีพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนได้เช่นการแสดงผลงานหัตถกรรมการทำอาหารแบ่งกันเป็นต้น

2.10.1 แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่ภายนอกอาคาร

แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่ว่างในละแวกบ้าน ปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการใช้งานพื้นที่ว่างในละแวกบ้าน (Neighborhood Space) คือความแตกต่างระหว่างกลุ่มเช่นเพศระดับชนชั้นภูมิภาควิถีชีวิตเชื้อชาติ-วัฒนธรรมและช่วงอายุโดยในช่วงอายุต่างกันมีการเคลื่อนย้ายที่หรือเดินทางต่างกัน (Mobility) โดยเด็กเล็กผู้เป็นแม่และผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ชอบติดอยู่กับบ้านจึงเป็นกลุ่มที่ออกมาใช้พื้นที่ว่างในละแวกบ้านบ่อยครั้ง (วีรยาทัตตากร, 2547)

ตารางที่ 2-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและการเคลื่อนย้ายที่หรือเดินทาง (Mobility)

ที่มา: Hester, JR., 1975 อ้างถึงในวีรยาทัตตากร, 2547.

การเคลื่อนที่ หรือเดินทาง (Mobility)					
ช่วง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
เด็กก่อนวัยเรียน					
เด็กประถม					
วัยรุ่น					
นักศึกษามหาวิทยาลัย					
ผู้ใหญ่ที่ยังไม่ได้แต่งงาน					
แต่งงานใหม่					
ครอบครัวที่มีลูกเล็ก					
ครอบครัวที่มีลูกโต					
วัยกลางคน					
ผู้สูงอายุ					

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่อยู่ติดบ้านพื้นที่ในละแวกบ้านจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งควรมีการจัดเตรียมให้เหมาะสมกับการใช้ของผู้สูงอายุ

2.10.2 แนวคิดถนนเพื่อชีวิต (Elizabeth Burton and Lynne Mitchell, 2006) แนวคิดถนนเพื่อชีวิต คือ ถนนที่ผู้คนสามารถที่จะได้รับความสะดวกสบายในการใช้งานแม้ว่าจะมีอายุมากขึ้นและถนนที่คนทุกเพศทุกวัย (สมาชิกทุกคนในสังคม) สามารถใช้งานได้อย่างไร้กังวล โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีอาการสมองเสื่อม

ในบางครั้งก็เรียกการออกแบบนี้ว่า การออกแบบสำหรับทุกคน (Universal design or design for all) แนวความคิดนี้เหมาะสมอย่างยิ่งในการออกแบบที่รวมสิ่งอำนวยความสะดวก บริการ และสภาพแวดล้อมที่ทุกคนสามารถใช้งานได้ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นผู้สูงอายุหรือคนพิการ ผู้สูงอายุจะใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตั้งอยู่ระหว่างบ้านหรือร้านค้าบ่อยๆ และจะไปสถานพยาบาลอย่างสม่ำเสมอ โดยหลักการออกแบบคือ การตั้งร้านค้า ป้ายรถเมล์ สถานพยาบาล และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในระยะ 10 นาที หรือ 800 เมตรของการเดินเท้า อย่างไรก็ตามการคำนวณ

ระยะทางเหล่านี้ใช้ได้เพียงกับผู้คนวัยหนุ่มสาวเท่านั้น เพราะโดยทั่วไปแล้วผู้สูงอายุประมาณ 75 ปีจะใช้เวลาประมาณ 10-20 นาทีในการเดิน 400-500 เมตร และผู้สูงอายุยังไม่สามารถเดินติดต่อกันนานเกิน 10 นาทีโดยไม่พักได้ ดังนั้นหลักการออกแบบเพื่อให้เข้าถึงได้ง่าย

- ที่อยู่อาศัยไม่ควรอยู่ห่างจากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ที่ทำการไปรษณีย์ ธนาคาร คลินิกสุขภาพ ห้องน้ำสาธารณะ ที่นั่งสาธารณะ และป้ายรถประจำทางเกินกว่า 500 เมตร
- ที่อยู่อาศัยไม่ควรอยู่ห่างจากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกรอมมาก เช่น บริเวณพื้นที่เปิด (สวนสาธารณะ ที่ดินจัดสรรสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ) ห้องสมุด คลินิกหมอพื้นบ้าน ร้านแว่นตา สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ สมาคม สิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยผ่อนคลายห้องน้ำสาธารณะ และที่นั่งสาธารณะเกินกว่า 800 เมตร
- ทางเข้าไปสู่อาคาร หรือสถานที่ต่างๆ ควรจัดให้เห็นได้อย่างชัดเจน และจำได้ง่ายกรณีประตูของสถานที่ต่างๆ ควรอยู่ระดับเดียวกับพื้นที่ตั้ง จัดวางเก้าอี้สาธารณะทุก 100 ถึง 125 เมตร
- ถนนแต่ละสายควรติดต่อกัน มองเห็นได้ชัดเจน และมีทางแยกที่ไม่สับสนพื้นควรเรียบและมีความกว้าง 2 เมตร
- ควรใช้ทางลาดที่ไม่ชันในบริเวณที่มีการเปลี่ยนระดับพื้นมากกว่าใช้ขั้นบันไดควรจัดให้มีทั้งทางลาด และบันไดในบริเวณที่มีการเปลี่ยนระดับพื้นมากพื้นต่างระดับ ควรจัดให้มีราวจับ ทำพื้นไม่ลื่น ไม่ใช้สีที่สว่างเกินไป และควรแสดงตำแหน่งให้เห็นอย่างชัดเจน

2.10.3 แนวคิดการออกแบบเพื่อการใช้งานของคนทุกกลุ่มในสังคม

Universal Design เป็นคำที่พบที่ใช้กันบ่อยในวงการด้านการออกแบบสิ่งแวดล้อมสถานที่และสิ่งของต่างๆ รวมถึงในกลุ่มคนทำงานด้านผู้สูงอายุคนพิการและผู้ด้อยโอกาสต่างๆ ที่มีข้อจำกัดในการใช้หรือเข้าถึงสิ่งแวดล้อมสถานที่และสิ่งของเครื่องใช้ทั่วไปในสังคม โดยในการออกแบบจะคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ที่เป็นสากลและใช้ได้ทั่วไปอย่างเท่าเทียมกันสำหรับมวลมนุษยทุกคนในสังคมโดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษหรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่ม

Universal Design คือ เป็นแนวคิดเรื่องการออกแบบสิ่งแวดล้อม การสร้างสถานที่ และสิ่งของต่างๆ เพื่อให้ทุกคนที่อยู่ในสังคมสามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้นได้อย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน โดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษหรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ

Universal Design เป็นการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้งานการใช้ให้คุ้มค่า สมประโยชน์ครอบคลุมสำหรับทุกคนโดยเริ่มต้นจากการคิดว่ามีวิธีการอย่างไรคนประเภทต่างๆ จึงจะมีโอกาสมาใช้ได้อย่างทัดเทียมกันไม่ว่าจะเป็น คนสูงอายุ คนป่วย เด็กเล็ก สตรีตั้งครรภ์ คนที่มากับรถเข็นสำหรับเด็ก คนพิการในประเภทต่างๆ ไม่ว่า หูหนวก ตาบอด คนพิการทางปัญญา คนที่อ่านหนังสือไม่ออก แขนขาร่างกายพิการ ฯลฯ แต่ถึงแม้บุคคลเหล่านั้นจะมีข้อจำกัดทางร่างกาย ทางปัญญา แต่ก็ก็เป็นบุคคลในสังคม สังคม จึงควรรับผิดชอบดูแลให้สามารถอยู่ในสังคมร่วมกับบุคคลทั่วไปได้อย่างมีความสุขตามอัตภาพของแต่ละคนเช่น การจัดให้มีทางลาดขึ้นลง ทางเท้าและอาคารสถานที่สาธารณะ

ต่างๆ ให้กับผู้ใช้พิการที่ใช้รถเข็นหรือรถเข็นไฟฟ้าบนทางเดิน สำหรับคนตาบอด ทั้งนี้ก็เพื่อให้พวกเขาสามารถใช้ชีวิตทำกิจกรรมภายนอกบ้านได้โดยสะดวกและปลอดภัย

เนื่องจากคำว่า Universal Design มีความหมายและรายละเอียดที่กว้างแต่ถ้าจะกล่าวถึงความหมายของ Universal Design โดยสรุปก็คือ การปรับสภาพแวดล้อมสถานที่และของเครื่องใช้ให้สามารถรองรับการใช้งานได้ สำหรับมวลสมาชิกทุกคนในสังคมเพื่อความสะดวกและปลอดภัย

Ron Mace ได้เสนอแนวคิดและหลักการของ Universal Design ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการออกแบบประกอบด้วย 7 ประการดังนี้

- Equitable use หมายถึง การออกแบบเพื่อที่ให้เกิดประโยชน์และสามารถแพร่หลายได้ในหมู่ผู้ใช้ที่มีสมรรถภาพที่หลากหลาย

- Flexibility in use หมายถึง การออกแบบที่สามารถรองรับความต้องการและสมรรถภาพที่แตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง

- Simple and intuitive หมายถึง การออกแบบที่สามารถเข้าใจถึงประโยชน์ตลอดจนวิธีการใช้สอยที่ง่าย ไม่ว่าผู้ใช้งานจะมีประสบการณ์ ความรู้ ทักษะ ภาษา หรือ ระดับสมาธิ แตกต่างกันไปเพียงใดก็ตาม

- Perceptible information หมายถึง การออกแบบที่สามารถสื่อสารที่สำคัญกับผู้ใช้ได้ไม่ว่าระดับความสามารถในการรับรู้ของผู้ใช้จะอยู่ในระดับใด โดยวิธีการสื่อสารที่หลากหลายร่วมกัน

- Tolerance for error หมายถึง การออกแบบที่ลดอัตราความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดอันตรายหรืออุบัติเหตุต่างๆ ต่อผู้ใช้ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

- Low physical effort หมายถึง การออกแบบที่สามารถใช้งานได้โดยมีประสิทธิภาพ สะดวกสบาย โดยก่อให้เกิดความอ่อนล้าที่น้อยที่สุด

- Size and space approach and use หมายถึง การออกแบบให้ได้ขนาดและพื้นที่ใช้งานอย่างเหมาะสม

ความมุ่งหมายของการใช้แนวคิด Universal Design ในการออกแบบเพื่อให้การดำเนินชีวิตประจำวันของคนทุกๆคนง่ายขึ้น

1. Barrier Free Design การออกแบบที่พยายามจำกัดหรือสิ่งที่อุปสรรคกีดขวางการใช้งานของคนออกไปโดยมุ่งเน้นไปที่เฉพาะแต่ละกลุ่มคน เช่น การออกแบบ ห้องน้ำในโรงเรียนอนุบาลจะต้องไม่ลื่น ขนาดอุปกรณ์ต้องเป็นของเด็กเท่านั้น

2. Accessible Design การออกแบบสภาวะแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ต่างๆให้ทุกคนใช้ชีวิตประจำวัน ในความต้องการขั้นพื้นฐานได้โดยสะดวกโดยไม่ต้องพึ่งพาอาศัยคนอื่น

3. Design For All – An inclusive Approach การออกแบบสภาวะแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ต่างๆโดยคำนึงถึง คนทุกเพศทุกวัย และทุกความสามารถในการใช้งานที่แตกต่างกัน

4. สิ่งจำเป็น 6 ประการในการออกแบบให้ได้ผลดี ปลอดภัยในการใช้ (Safety), ใช้ได้สะดวก (Accessibility), ใช้ประโยชน์ได้จริง (Usability), ทุกคนสามารถมีไว้ใช้ได้ (affordability), ทนทาน (Sustainability), มีความสวยงาม (Aesthetic)

ซึ่งแนวคิด Universal Design ในสังคมไทยได้รับเริ่มรับมาตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษ 2520 โดยเริ่มให้การพูดถึงแนวทางการสร้างความตระหนักแก่สังคมเกี่ยวกับสิทธิและความเสมอภาคของคน

พิการ โดยองค์การเกี่ยวกับคนพิการระดับนานาชาติและสหประชาชาติ ซึ่งการออกพระราชบัญญัติ พื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ พ.ศ. 2534 และประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2537 โดยในเนื้อหาจะกล่าวถึงสิทธิ ความเท่าเทียมกันของคนพิการในการใช้ชีวิตทางสังคมและการประกอบอาชีพแล้ว รวมไปถึงการระบุ ถึงการออกและใช้กฎเกณฑ์ต่างๆเกี่ยวกับลักษณะอาคาร สถานที่ และบริการสาธารณะต่างๆ ที่ต้อง เอื้อต่อการดำเนินชีวิตของคนพิการหรือผู้สูงอายุและได้ดำเนินงานมาต่อถึงปัจจุบัน

การนำแนวคิด Universal Design มาใช้ให้มากขึ้น จะช่วยเปิดกว้างให้ทุกภาคส่วน ได้อยู่ ร่วมกันและยอมรับกันซึ่งแนวคิดนี้จะเกิดประสิทธิผลได้ ถ้าฝ่ายหลักต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้มีมือ ร่วมใจที่จะดำเนินการ ได้แก่

ภาครัฐ และองค์กรท้องถิ่น ที่ต้องดูแลและสนับสนุนให้มีการจัดสร้างก่อสร้างในระดับต่างๆ ให้ ความสนใจและตระหนักว่าจะต้องดูแลสมาชิกทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ สถาปนิก วิศวกร และผู้รับผิดชอบด้านการก่อสร้าง รวมทั้ง ผู้ผลิตในฐานะผู้ออกแบบวางแผนในเชิงรายละเอียดที่ต้องใช้ความรู้ทักษะพิเศษในการสร้างและ ออกแบบที่ครอบคลุมถึงมวลชนทุกคน

ผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้มีขีดจำกัดต่างๆ ในฐานะผู้ใช้บริการจะต้องช่วยเสนอแนะ วิพากษ์วิจารณ์เพื่อให้มีการปรับปรุงพัฒนาและสอดคล้องสะดวกแก่การใช้งานได้เป็นอย่างดี

2.10.4 กฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548

ในกฎกระทรวงมีการกำหนดรายละเอียดไว้ 8 หมวดที่เกี่ยวข้อง คือ ป้ายแสดงสิ่งอำนวยความสะดวก ทางลาดและลิฟต์ บันได ที่จอดรถ ทางเข้าอาคาร ทางเดินระหว่างอาคารและทางเชื่อม ระหว่างอาคาร ประตู ห้องส้วมและพื้นผิวต่างสัมผัส โดยใช้บังคับอาคาร 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 อาคาร สถานพยาบาล โรงพยาบาล ศูนย์บริการสาธารณสุข สถานือนามัย อาคาร รัฐวิสาหกิจ ที่ทำการราชการ สถานศึกษา สถานีขนส่งมวลชน ที่มีพื้นที่ส่วนใดของอาคารที่เปิด ให้บริการแก่บุคคลทั่วไปใช้บริการเกินกว่า 300 ตารางเมตร

ประเภทที่ 2 อาคารสำนักงาน โรงแรม หอประชุม โรงมหรสพ สนามกีฬา ห้างสรรพสินค้า ที่มี พื้นที่ส่วนใดของอาคารที่เปิดให้บริการแก่บุคคลทั่วไปใช้บริการเกินกว่า 2,000 ตารางเมตร

อาคารประเภทและลักษณะดังต่อไปนี้ ต้องจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการหรือ ทุพพลภาพ และคนชราตามที่กำหนดในกฎกระทรวงนี้ ในบริเวณที่เปิดให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ซึ่งมี รายละเอียดโดยสรุปดังนี้

สัญลักษณ์รูปผู้พิการ เครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุพพลภาพและ คนชราหรือผู้พิการ ซึ่งตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ แสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุพล ภาพและคนชราหรือผู้พิการ ให้เป็นสีขาวโดยและพื้นป้ายเป็นสีน้ำเงิน หรือสลับสีพื้นและสีตัวอักษร กัน

ทางลาด มีลักษณะ ดังต่อไปนี้ ต้องเป็นวัสดุที่ไม่ลื่น ความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 900 มิลลิเมตร ในกรณีทางลาดมีความยาวของทุกช่วงรวมกันตั้งแต่ 6,000 มิลลิเมตร ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อย กว่า 1,500 มิลลิเมตรทางลาดต้องมีความลาดชันไม่เกิน 1: 12 และมีความยาวช่วงละไม่เกิน 6,000

มิลลิเมตร ต้องจัดให้มีชานพักยาวไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตรคั่นระหว่างแต่ละช่วง โดยมีลักษณะดังต่อไปนี้ทำด้วยวัสดุเรียบ มีความมั่นคงแข็งแรง ไม่เป็นอันตรายในการจับ และไม่ลื่นมีลักษณะกลม โดยมีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 30 มิลลิเมตร แต่ไม่เกิน 40 มิลลิเมตรสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 800 มิลลิเมตรแต่ไม่เกิน 900 มิลลิเมตร

มีป้ายแสดงทิศทาง ตำแหน่ง หรือหมายเลขชั้นของอาคารที่คนพิการทางการมองเห็น และคนชราสามารถทราบความหมายได้ ตั้งอยู่บริเวณทางขึ้น และทางลงของทางลาดที่เชื่อมระหว่างชั้นของอาคาร

ลิฟต์ ที่ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราใช้ได้ต้องสามารถขึ้นลงได้ทุกชั้น มีระบบควบคุมลิฟต์ที่ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถควบคุมได้เอง ใช้งานได้อย่างปลอดภัย และจัดไว้ในบริเวณ ที่ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถใช้ได้โดยสะดวกขนาดของห้อง ลิฟต์ต้องกว้างไม่น้อยกว่า 1,100 มิลลิเมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1,400 มิลลิเมตรช่องประตูลิฟต์ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 900 มิลลิเมตร และต้องมีระบบแสงเพื่อป้องกันไม่ให้ประตูลิฟต์หนีบผู้โดยสารมีพื้นผิวต่างสัมผัสบนพื้นบริเวณหน้าประตูลิฟต์กว้าง 300 มิลลิเมตร แต่ไม่เกิน 600 มิลลิเมตรในกรณีทีลิฟต์ขัดข้องให้มีทั้งเสียง และแสงไฟเตือนภัยเป็นไฟกระพริบสีแดง เพื่อให้คนพิการทางการมองเห็น และคนพิการทางการได้ยินทราบ และให้มีไฟกระพริบสีเขียวเป็นสัญญาณให้คนพิการทางการได้ยินทราบว่าผู้ที่อยู่ข้างนอกมารับทราบแล้วว่าลิฟต์ขัดข้อง และกำลังให้ความช่วยเหลืออยู่

บันได ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตรมีชานพักทุกระยะในแนวตั้งไม่เกิน 2,000 มิลลิเมตรมีราวบันไดทั้งสองข้าง ลูกตั้งขึ้นบันไดห้ามเปิดเป็นช่องโถงสูงไม่เกิน 150 มิลลิเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ขึ้นบันไดเหลื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่น้อยกว่า 280 มิลลิเมตร. และมีขนาดสม่ำเสมอตลอดช่วงบันได ในกรณีที่ขึ้นบันไดเหลื่อมกัน หรือมีจุกบันไดให้มีระยะเหลื่อมกันได้ไม่เกิน 20 มิลลิเมตรพื้นผิวของบันไดต้องใช้วัสดุที่ไม่ลื่น

ที่จอดรถ ที่จอดรถสำหรับผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราให้จัดไว้ใกล้ทางเข้าออกของอาคารให้มากที่สุด มีลักษณะไม่ชนานกับทางเดินรถ มีพื้นผิวเรียบ มีระดับเสมอกัน และมีสัญลักษณ์รูปผู้พิการนั่งเก้าอี้ล้ออยู่บนพื้นของที่จอดรถด้านที่ติดกับทางเดินรถ มีขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 900 มิลลิเมตร และยาวไม่น้อยกว่า 900 มิลลิเมตร และมีป้ายขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 300 มิลลิเมตร และยาวไม่น้อยกว่า 300 มิลลิเมตร ติดอยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 2,000 มิลลิเมตรในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจนที่จอดรถสำหรับผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชรา ต้องเป็นพื้นที่สีเหลี่ยมผืนผ้ากว้างไม่น้อยกว่า 2,400 มิลลิเมตร และยาวไม่น้อยกว่า 6,000 มิลลิเมตร และจัดให้มีที่ว่างข้างที่จอดรถกว้างไม่น้อยกว่า 1,000 มิลลิเมตร ตลอดความยาวของที่จอดรถ โดยที่ว่างดังกล่าวต้องมีลักษณะพื้นผิวเรียบ และมีระดับเสมอกับที่จอดรถ

ทางเข้าอาคาร ทางเดินระหว่างอาคาร และทางเชื่อมระหว่างอาคาร เป็นพื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มี สิ่งกีดขวาง หรือส่วนของอาคารยื่นล้ำออกมาเป็นอุปสรรค หรือ อาจทำให้เกิดอันตรายต่อผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชรา อยู่ในระดับเดียวกับพื้นถนนภายนอกอาคาร หรือพื้นลานจอดรถ ในกรณีที่อยู่ต่างระดับต้องมีทางลาดที่สามารถขึ้นลงให้สะดวก และทางลาดนี้ให้อยู่ใกล้ที่จอดรถพื้นทางเดินต้องเรียบ ไม่ลื่น และมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตรหากมีท่อระบายน้ำ หรือรางระบายน้ำบนพื้นต้องมีฝาปิดสนิท ถ้าฝาเป็นแบบตะแกรง หรือแบบรู ต้องมี

ขนาดของช่องตะแกรง หรือเส้นผ่านศูนย์กลางของรูกว้างไม่เกิน 13 มิลลิเมตร แนวร่อง หรือแนวของรางจะต้องขวางกับแนวทางเดิน

ประตูควรเปิดปิดได้ง่าย หากมีธรณีประตู ความสูงของธรณีประตูต้องไม่เกินกว่า 20 มิลลิเมตร และให้ขอบทั้งสองด้านมีความลาดเอียงไม่เกิน 45 องศา เพื่อให้เก้าอี้ล้อ หรือผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราที่ใช้อุปกรณ์ช่วยเดินสามารถข้ามได้สะดวกช่องประตูต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 900 มิลลิเมตรในกรณีที่ประตูเป็นแบบบานเปิดผลัก เข้าออก เมื่อเปิดออกสู่ทางเดิน หรือระเบียงต้องมีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตรและยาวไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตร

ห้องส้วม มีพื้นที่ว่างภายในห้องส้วมเพื่อให้เก้าอี้ล้อสามารถหมุนตัวกลับได้ซึ่งมีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตร ประตูของห้องที่ตั้งโถส้วมเป็นแบบบานเปิดออกสู่ภายนอก โดยต้องเปิดค้างได้ไม่น้อยกว่า 90 องศา หรือเป็นแบบบานเลื่อน และมีสัญลักษณ์รูปผู้พิการติดไว้ที่ประตู พื้นห้องส้วมต้องมีระดับเสมอกับพื้นภายนอก พื้นห้องส้วมต้องมีความลาดเอียงเพียงพอไปยังช่องระบายน้ำเพื่อที่จะไม่ให้มีน้ำขังบนพื้นมีโถส้วมชนิดนั่งราบ สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 450 มิลลิเมตร แต่ไม่เกิน 500 มิลลิเมตร มีพนักพิงหลังที่ให้ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราที่ไม่สามารถนั่งทรงตัวได้เองใช้พิงได้ และที่ปล่อยน้ำชนิดเป็นคันโยก ปุ่มกดขนาดใหญ่ หรือชนิดอื่นที่ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถใช้ได้อย่างสะดวก

ติดตั้งระบบสัญญาณแสง และสัญญาณเสียง ให้ผู้ที่อยู่ภายนอกแจ้งภัยแก่ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชรา และระบบสัญญาณแสงและสัญญาณเสียงให้ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถแจ้งเหตุ หรือเรียกหาผู้ช่วยในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินไว้ในห้องส้วม โดยมีปุ่มกด หรือปุ่มสัมผัส ให้สัญญาณทำงานซึ่งติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถใช้งานได้สะดวก

อ่างล้างมือ มีลักษณะดังต่อไปนี้ ใต้อ่างล้างมือด้านที่ติดผนังไป จนถึงขอบอ่างเป็นที่ว่างเพื่อให้เก้าอี้ล้อสามารถสอดเข้าไปได้ โดยขอบอ่างอยู่ห่างจากผนังไม่น้อยกว่า 450 มิลลิเมตร และต้องอยู่ในตำแหน่งที่ผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชราเข้าประชิดได้โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง มีความสูงจากพื้นถึงขอบบนของอ่างไม่น้อยกว่า 750 มิลลิเมตร แต่ไม่เกิน 800 มิลลิเมตร และมีราวจับในแนวนอนแบบพับเก็บได้ในแนวตั้งทั้งสองข้างของอ่าง ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก หรือก้านกดหรือก้านหมุนหรือระบบอัตโนมัติ

พื้นผิวต่างสัมผัส ต้องจัดให้มีพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับคนพิการทางการมองเห็นที่พื้นบริเวณต่างระดับที่มีระดับต่างกันที่เกินกว่า 200 มิลลิเมตร ที่ทางขึ้นและทางลงของทางลาดหรือบันไดที่พื้นด้านหน้า และด้านหลังประตูทางเข้าอาคาร และที่พื้นด้านหน้าของประตูห้องส้วม โดยมีขนาดกว้าง 300 มิลลิเมตร และมีความยาวเท่ากันและขนานไปกับความกว้างของช่องทางเดินของพื้นที่ต่างระดับทางลาด บันไดหรือประตู และขอบของพื้นผิวต่างสัมผัสอยู่ห่างจากจุดเริ่มต้นของทางขึ้นหรือทางลงของพื้นที่ต่างระดับ ทางลาด บันได หรือประตูไม่น้อยกว่า 300 มิลลิเมตร แต่ไม่เกิน 350 มิลลิเมตร

2.10.5 คู่มือปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม การออกแบบสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุกคน (Universal Design Code of Practice, 2552) เป็นคู่มือที่เสนอแนวทางในการจัดทำมาตรฐาน คู่มือปฏิบัติวิชาชีพ สำหรับการออกแบบเพื่อทุกคนที่เหมาะสมกับประเทศไทยโดยการรวบรวมและวิเคราะห์มาตรฐานคู่มือปฏิบัติวิชาชีพสำหรับการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design Code of Practice) ในประเทศต่างๆ เพื่อให้สถาปนิกและบุคลากรที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบด้านชุมชนเมือง สถาปัตยกรรม การตกแต่งภายในและการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในการอำนวยความสะดวก เป็นสาธารณูปโภคสำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย ทั้งเด็ก ผู้หญิง สตรีมีครรภ์ ผู้สูงอายุและคนพิการสามารถใช้ได้ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่ภายนอกอาคาร และพื้นที่ภายในอาคาร มีส่วนรายละเอียดที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.10.5.1 พื้นที่ภายนอกอาคาร

1) ทางเดินเท้า มีรายละเอียดดังนี้

- ควรจะเป็นทางเดินที่เรียบ
- มีความกว้างไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร ทางเดินสำหรับผู้ที่ใช้รถเข็นสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร

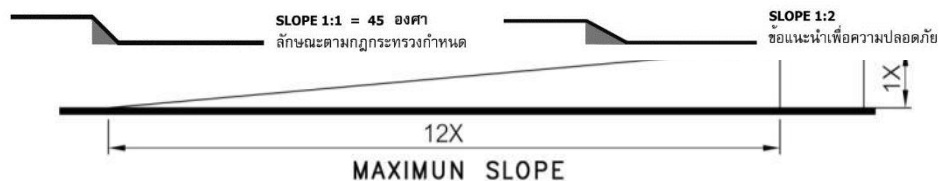


ทางเดินในสวนสำหรับคนเดี่ยว

รูปที่ 2-3 ขนาดความกว้างของทางเดินในสวน

2) ทางลาดทางลาดเข้าสู่อาคาร/ภายในอาคาร ลักษณะทางลาดที่เหมาะสม มีรายละเอียดดังนี้

- พื้นผิววัสดุไม่ลื่น
- ความชันทางลาดไม่เกิน 1:12
- ทางลาดแต่ละช่วงยาวไม่เกิน 6.00 เมตร หากเกินต้องมีชานพัก กว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร
- ทางลาดยาวน้อยกว่า 6.00 เมตร กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 0.90 เมตร
- ทางลาดยาวตั้งแต่ 2.50 เมตร ขึ้นไปต้องมีราวจับ 2 ข้าง
- ให้อยกขอบทางลาดสูง 15 เซนติเมตร ในด้านที่ไม่มีผนังระดับพื้นต่างกันไม่เกิน 20 มิลลิเมตร ความชันทางลาดไม่เกิน 1:2



รูปที่ 2-4 ตัวอย่างทางลาด

3) บันไดภายในสำหรับภายนอกอาคาร ขนาดที่เหมาะสมกับการออกแบบบันไดภายในสำหรับภายนอกอาคาร มีดังต่อไปนี้

- มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร
- มีชันพักทุกระยะในแนวตั้งไม่เกิน 2 เมตร
- ลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร
- ลูกนอนยาวไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร
- พื้นผิวของบันไดต้องใช้วัสดุที่ไม่ลื่น
- ลูกตั้งบันไดห้ามเปิดเป็นช่องโถง

4) ราวจับ ควรติดตั้งราวจับแบบกลมมนทั้งสองฝั่งขนานข้างบันได ทางลาด ระเบียง และบริเวณที่ยกสูงขึ้นจากพื้นตั้งแต่ 40 เซนติเมตรขึ้นไป โดยให้ยาวต่อเนื่องกัน และมีพื้นผิวต่างสัมผัสเตือน (Warning Block) บริเวณจุดเริ่มต้นของทางขึ้นหรือลงไม่น้อยกว่า 300 มิลลิเมตร แต่ไม่เกิน 350 มิลลิเมตร และควรจัดเตรียมชันพัก ทุกระยะในแนวตั้งไม่เกิน 2,000 มิลลิเมตร และควรติดตั้งสิ่งกีดขวางใต้บันไดเพื่อไม่ให้คนเดินเข้าไปข้างใต้บันไดต้องมีราวจับทั้งสองด้านโดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

- มีความมั่นคงแข็งแรง ไม่เป็นอันตรายในการจับและไม่ลื่น
- ราวจับควรติดตั้งอยู่ในระดับความสูง 80- 90 เซนติเมตร จากพื้น
- เส้นผ่านศูนย์กลางที่แนะนำของราวจับ คือ 3-4 เซนติเมตร
- ราวจับด้านที่อยู่ติดผนังให้มีระยะห่างจากผนังไม่น้อยกว่า 10 เซนติเมตร มีความสูงจากจุดยึดไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร และผนังบริเวณราวจับต้องเป็นผนังเรียบ
- ปลายของราวจับให้ยื่นเลยจากจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของทางลาด ไม่น้อยกว่า 30 เซนติเมตร

2.10.5.2 พื้นที่ภายในอาคารพื้นที่ภายในอาคารสำหรับผู้สูงอายุ ควรมีมาตรฐานขั้นต่ำในด้านการกำหนดขนาดพื้นที่ที่กำหนดพื้นที่ใช้สอย ดังต่อไปนี้

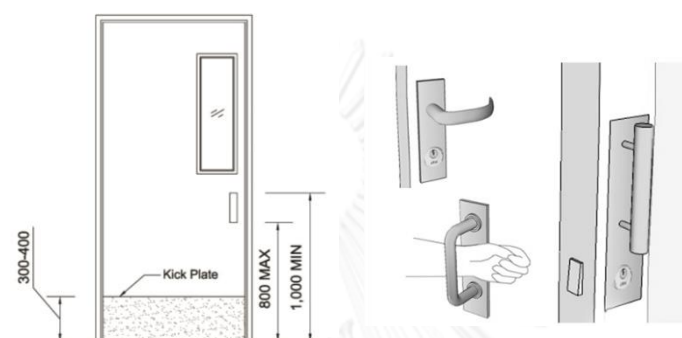
1) ทางเข้าสู่อาคาร เพื่อให้ผู้สูงอายุเข้าใช้ได้ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

- เป็นพื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น
- อยู่ในระดับเดียวกับพื้นถนนภายนอกอาคาร

2) ประตู ประตูของอาคารต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- เปิด - ปิดได้ง่าย ผู้สูงอายุสามารถเข้าออกได้โดยสะดวก และไม่แนะนำให้ติดตั้งอุปกรณ์ชนิดที่ทำให้ประตูปิดเองได้

- ไม่แนะนำให้มีพื้นลกระดับที่ประตู
- ช่องประตูกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร
- ระยะติดตั้งมือจับชนิดก้านบิด หรือแกนผลักสูงจากพื้น 1.00 – 1.20 เมตร
- กลอนประตูติดตั้งสูงจากพื้น 0.90- 1.00 เมตร
- การติดตั้งแผ่นกันกระแทก (Kick Plate) ควรติดตั้งที่ความสูง 30-40 เซนติเมตร



รูปที่ 2-5 แสดงภาพลักษณะประตูที่เหมาะสม

3) หน้าต่าง ลักษณะหน้าต่างที่เหมาะสม มีรายละเอียดดังนี้

- ไม่ควรติดตั้งสูงเกินไป และควรทำให้สามารถมองเห็นทัศนียภาพภายนอกได้ง่าย
- การปิด-เปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือลื่นเกินไป หากมีเหล็กตัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่ายยามฉุกเฉิน
- ลูกฟักกระจกให้ติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด
- มีหลังคาหรือส่วนยื่นที่กันแดดกันฝนได้ดี
- สำหรับผู้สูงอายุเพื่อให้สามารถมองเห็นทัศนียภาพภายนอกได้ หน้าต่างควรติดตั้งที่ระดับความสูงไม่เกิน 500 มิลลิเมตรจากระดับพื้น

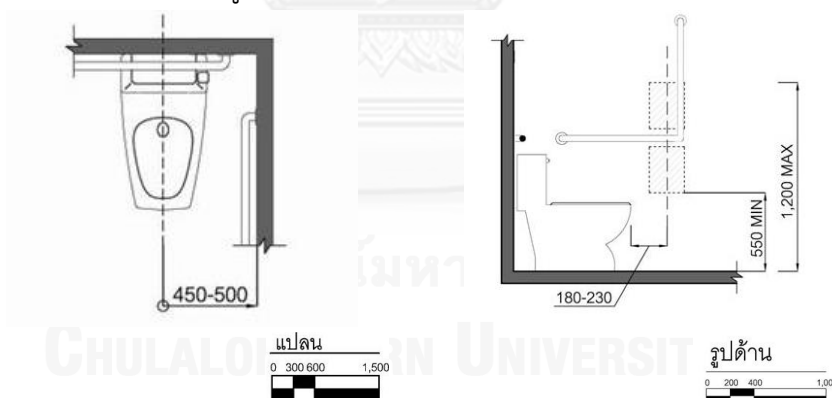
4) ห้องน้ำ ห้องส้วม ลักษณะห้องน้ำ ห้องส้วมที่เหมาะสม มีรายละเอียดดังนี้

- จำนวนห้องน้ำคนพิการอย่างน้อย 1 ห้อง แยกจากห้องน้ำของคนทั่วไป
- ประตูกว้างสุทธิอย่างน้อย 90 ซม.
- พื้นที่ว่างภายใน มีเส้นผ่าศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 1.50 ม.
- พื้นห้องส้วมมีระดับเสมอพื้นภายนอกหรือมีทางลาดในกรณีเป็นพื้นต่างระดับ ทางลาดที่อยู่ภายนอกห้องน้ำเปิดปิดได้สะดวก
- ติดตั้งราวจับทั้งในแนวตั้ง และแนวนอน
- โถส้วมชนิดนั่งห้อยขา สูงจากพื้น 45-50 ซม. และมีพนักพิง
- ควรมีพื้นที่หน้าอ่างล้างมืออย่างน้อย 0.90 x 1.20 เมตร เพื่อการเข้าถึง

- อ่างล้างมือมีความสูงจากพื้นถึงขอบบนของอ่าง 75-80 เซนติเมตร และมีราวจับในแนวนอนแบบพับเก็บได้ในแนวตั้งทั้งสองข้างของอ่าง
- ใต้อ่างควรเป็นที่ว่าง (Knee clearance) สูงอย่างน้อย 55 เซนติเมตร
- ก๊อกน้ำสามารถใช้มือเดียวบังคับโดยไม่ต้องออกแรง และไม่ควรรใช้ก๊อกแบบหมุน ถ้าเป็นไปได้ควรรใช้ก๊อกแบบก้านโยก (Lever operated) หรือแบบอัตโนมัติ
- กระจกที่ติดตั้งบริเวณเหนืออ่างล้างหน้า ควรติดตั้งที่ความสูงจากพื้นไม่เกิน 1.00 เมตร



รูปที่ 2-6 แสดงระยะติดตั้งอ่างล้างมือ

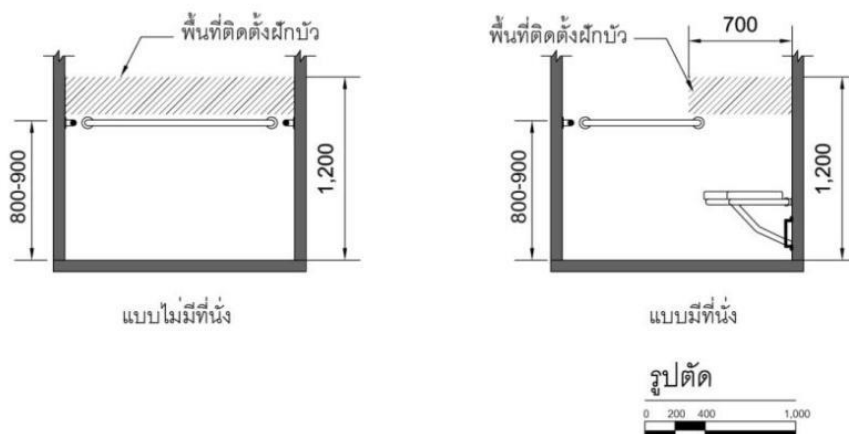


รูปที่ 2-7 แสดงตำแหน่งโถสุขภัณฑ์ที่เหมาะสม และการติดตั้งราวจับติด

5) ห้องอาบน้ำ ลักษณะห้องอาบน้ำที่เหมาะสม มีรายละเอียดดังนี้

- ที่อาบน้ำควรรใช้แบบฝักบัว จะปลอดภัยกว่าแบบอ่างอาบน้ำ และควรมีพื้นที่ว่างขนาดความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.10 เมตร และความยาวสุทธิไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร
- ควรมีที่นั่งอาบน้ำให้กับผู้สูงอายุได้ใช้ และที่นั่งสำหรับอาบน้ำควรมีความสูงจากพื้น 45-50 เซนติเมตร

- ควรจะติดตั้งราวจับไว้กับกำแพงด้านหลังและตรงข้ามที่นั่งในระดับความสูง 80-90 เซนติเมตร
- บริเวณที่ล้างตัวไม่ควรมีขอบทางสัญจรกั้น (curb) หรือในกรณีที่มี ไม่ควรสูงเกิน 1 เซนติเมตร
- ฝักบัวควรเป็นแบบที่ปรับระดับ และถอดได้



รูปที่ 2-8 แสดงที่อาบน้ำแบบใช้แบบฝักบัว

- ภายในตัวห้องน้ำควรมี ปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉิน เพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก โดยมีป้ายระบุไว้อย่างชัดเจน โดยสัญญาณเตือนภัยควรติดตั้งในบริเวณระหว่างโถส้วม และอ่างอาบน้ำ และสามารถเอื้อมได้ถึงจากพื้น
 - สัญญาณเตือนภัยควรที่จะติดตั้งไว้ 2 ตำแหน่งโดยให้เอื้อมได้จากระยะ 95 และ 25 เซนติเมตร จากระดับพื้น เพื่อที่จะให้ผู้สูงอายุสามารถใช้งานได้ทั้งจากเก้าอี้ที่นั่ง และในกรณีที่ผู้สูงอายุล้มลงบนพื้น
 - ติดตั้งระบบสัญญาณแสงและสัญญาณเสียงให้ผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราสามารถแจ้งเหตุหรือเรียกหาผู้ช่วยในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินได้ ไว้ในห้องน้ำ โดยมีปุ่มกดหรือปุ่มสัมผัสให้สัญญาณทำงานซึ่งติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ผู้สูงอายุ สามารถใช้งานได้สะดวก
- ห้องน้ำต้องมีความสว่างที่เพียงพอ

2.11 วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

วิทยานิพนธ์ที่ 1

ชื่อ: ศิริมานะ ศาตมัย

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย): การจัดหาที่อยู่อาศัยของแรงงานในเขตอุตสาหกรรมของเอกชน กรณีศึกษาสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ฯ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): A CASE STUDY OF SAHA GROUP INDUSTRIAL PARK SRIRASHA CHONBURI PROVINCE

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพความเป็นอยู่ ความพึงพอใจ ปัญหาที่อยู่อาศัยของลูกจ้างแรงงานในเขตอุตสาหกรรมของเอกชน และความคิดเห็นต่อเรื่องการจัดที่อยู่อาศัยให้ลูกจ้างแรงงาน สภาพรวมทั้งการเสนอแนะทางในการจัดที่พักอาศัยสำหรับลูกจ้างแรงงาน นโยบายการจัด วิธีดำเนินการ ปัญหาที่พบและวิธีแก้ไข รวมทั้งการเสนอแนะทางในการจัดที่พักอาศัยสำหรับลูกจ้างแรงงาน โดยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกจ้างแรงงาน ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3,068 บาทขึ้นไป จำนวน 305 ราย และกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 35 โรงงาน

การศึกษาวิจัยพบว่า ลูกจ้างที่พักในที่อยู่อาศัยของโรงงานมีเพียงร้อยละ 5.4 ขณะที่ส่วนใหญ่ต้องเช่าที่พักอาศัยเอกชน และพักอยู่กับพ่อ-แม่หรือญาติพี่น้อง โดยลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านแถวผนังก่ออิฐชั้นเดียวและบ้านไม้ชั้นเดียว ขนาดห้องพักเฉลี่ย 8.3 ตารางเมตรต่อคน ลูกจ้างที่เช่าที่พักอาศัยอยู่เองจะเช่าอยู่รวมกันเพื่อเฉลี่ยค่าเช่า ซึ่งเป็นจำนวนเงินประมาณ 333 บาทต่อคนต่อเดือน และพบว่าแรงงานที่เช่าที่พักของเอกชน มีความพึงพอใจต่อลักษณะที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมทุกด้านในระดับปานกลาง เนื่องจากเจ้าของขาดการดูแลเอาใจใส่ และลูกจ้างประสบปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งการขาดการบริการขั้นพื้นฐานที่เพียงพอ ทาวด้านผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นประโยชน์และความจำเป็นของสวัสดิการที่อยู่อาศัยแต่สามารถจัดให้กับลูกจ้างได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เนื่องจากต้องใช้งบลงทุนมาก โรงงานบางแห่งจึงต้องรับแรงงานเฉพาะคนในท้องถิ่น หรืออยู่ใกล้กับโรงงาน ซึ่งมีที่อยู่อาศัยอยู่แล้ว

เนื่องจากการจัดที่อยู่อาศัยให้ลูกจ้างแรงงานเป็นการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ประกอบการและสังคมโดยรวม ดังนั้นจึงขอเสนอแนะแนวทางในการจัดสวัสดิการที่อยู่อาศัย เช่นผู้ประกอบการควมกลุ่มกันลงทุนสร้างที่พักอาศัย แล้วเก็บค่าเช่าจากลูกจ้างในอัตราที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร และร่วมลงทุนกับนักพัฒนาที่ดินทำโครงการบ้านจัดสรรราคาถูกขายให้กับแรงงาน เป็นต้น ขณะที่ภาครัฐบาลจะต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมภาคเอกชนเพื่อช่วยทำให้ความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดที่พักอาศัยให้กับแรงงานมีมากขึ้น

วิทยานิพนธ์ที่ 2

ชื่อ: วิทยารรณสัตตบุษย์สุทธิ

ชื่อวิทยานิพนธ์: ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม : กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): HOUSING DEMAND FOR WORKERS IN THE INDUSTRIAL ESTATE : A CASE STUDY OF LAD KRABANG INDUSTRIAL ESTATE)

ในอนาคตเป็นที่คาดหมายกันว่าประเทศไทยจะได้ชื่อว่าเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่หรือ Newly Industrialized Countries (NICs) การพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมมีนิคมอุตสาหกรรมที่เปิดดำเนินการแล้ว 21 นิคมและมีนิคมฯ ที่อยู่ระหว่างเตรียมการอีก 40 กว่านิคมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมย่อมทำให้เกิดการหลั่งไหลของแรงงานจำนวนมากเพื่อมาทำงานในแหล่งงานซึ่งจะมีทั้งแรงงานในท้องถิ่นและแรงงานอพยพปัญหาที่ตามมาคือความต้องการที่อยู่อาศัย

การศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัยทั้งในรูปแบบเช่าและเช่าซื้อและเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยตลอดจนศึกษาระดับรายได้และความสามารถในการจ่ายค่าที่อยู่อาศัยและคุณภาพชีวิตของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมโดยการจำลองแบบปัญหาของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

ผลการศึกษาพบว่าปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัยเบื้องต้น (Housing Needs) ของกลุ่มผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมเป็นผู้ที่มีความต้องการซื้อบ้านเป็นของตนเองร้อยละ 52.3 ในจำนวนนี้เป็นผู้ที่มีความสามารถในการจ่ายค่าบ้านมากกว่า 3,000 บาท /เดือนมีร้อยละ 18.8 หรือประมาณ 8,679 หน่วยและพบว่าเป็นผู้ที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยที่มีศักยภาพที่ก่อให้เกิดกรรมสิทธิ์ในการครอบครองที่อยู่อาศัย (Effective Demand) โดยมีความสามารถในการจ่ายค่าที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 136 หน่วยหรือประมาณ 0.30% ของจำนวนแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมสำหรับปริมาณความต้องการประเภทเช่าบ้านในเบื้องต้นมีร้อยละ 22 ของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมและเมื่อวิเคราะห์ถึงความต้องการเช่าบ้านที่แท้จริงคือผู้ที่ต้องการเปลี่ยนหรือย้ายบ้านเช่าใหม่พบว่า มีประมาณร้อยละ 10 หรือมีประมาณ 4,644 หน่วยสำหรับผู้ที่ต้องการจะซื้อบ้านพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อบ้านคือการเป็นผู้ที่มีเงินเก็บ/เงินออมไม่ใช่ความสามารถในการจ่ายค่าบ้านต่อเดือนและพบว่าปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการเช่าบ้านคือการเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในบ้านเช่าของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมและยังพบว่ารายได้ต่อครอบครัวของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมเขตทั่วไปเฉลี่ยเดือนละ 9,330 บาทสูงกว่ารายได้ต่อครอบครัวของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมเขตส่งออกซึ่งมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 7,708 บาท

วิทยานิพนธ์ที่ 3

ชื่อ: ภาณี ศรีอาจ

ชื่อวิทยานิพนธ์: สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว: กรณีศึกษา โครงการ ริเออิ ลุมพินี เรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): A DWELLING JAPANESE ELDERLY LIVING LONGSTAY ACCOMODATION: A CASE STUDY OF RIEI LUMPINI RESIDENCE, BANGKOK)

วัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อสังเกตสรุปที่พักอาศัยและพฤติกรรมการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของสภาพและพฤติกรรมของผู้พักอาศัย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้พักอาศัยมีความต้องการพักอาศัยเฉพาะชาวญี่ปุ่น , มาพักอาศัยเพื่อการพักผ่อนร่างกาย มาเพื่อการท่องเที่ยวและใช้ชีวิตในต่างแดน ในประเทศที่มีค่าครองชีพต่ำกว่าประเทศตนเอง อาจเข้ามาพักอาศัยร่วมกับบุตรที่เข้ามาทำงานยังประเทศไทย หรือมาพักอาศัยเพียงลำพังแต่ใช้บริการการดูแลสุขภาพของบริษัทริเออิ การดำเนินวิจัย เก็บข้อมูลเดือน ก.ย.2549- ก.พ. 2550 กับผู้ที่อยู่อาศัยเกิน 1 เดือนขึ้นไป และทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆโครงการฯ ผลการศึกษาทั้งหมด จะสะท้อนให้เห็นความต้องการในอนาคตของที่พักอาศัยประเภทท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่เหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมและพื้นที่ใช้สอยเดิมให้ตอบสนองต่อความต้องการอย่างแท้จริง เพื่อคุณภาพชีวิตและเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงให้กับประเทศไทยในด้านนี้

จากการศึกษาพฤติกรรมการพักอาศัย พบว่าเป็นผู้ที่มีการศึกษาดี ร่างกายแข็งแรง สนใจวิถีชีวิต ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมไทย เลือกรักที่ประเทศไทย เพราะค่าครองชีพต่ำ, บริการสุขภาพ , ภูมิอากาศ โดยแหล่งที่มาของเงิน ที่นำมาใช้จ่ายในแต่ละเดือนของผู้พักอาศัยนั้น ส่วนใหญ่มาจากเงินออกและเงินเกษียณ และยังมีกลุ่มผู้ที่ทำงานอยู่หลังจากเกษียณอายุงานแล้ว ทั้งการประกอบธุรกิจส่วนตัว สอนภาษาญี่ปุ่น ทำให้มีรายได้ในแต่ละเดือนที่แน่นอน เมื่อเทียบเป็นค่าเงินบาทไทยถือว่าเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อสูง จะใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน และการพักผ่อนร่างกาย การตรวจสุขภาพ กิจกรรมที่นิยมเล่นคือ ชวนา ฟิตเนส ผู้อยู่อาศัยกลุ่มนี้ชอบการจับหลักโดยเฉพาะเพชรหยิง ตำแหน่งเทศกาลรื่นเริงงานประเพณีที่ทางโครงการจัดขึ้นนั้นพบว่าชอบร่วมกิจกรรม การศึกษาความต้องการเรื่องที่พักอาศัยพบว่าต้องการที่พักใกล้ชุมชน โรงพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และคมนาคมสะดวก ต้องการสวนเพื่อพักผ่อนในโครงการหรืออยู่ใกล้สวนสาธารณะ ปัญหาที่พบคือ ปัญหาขณะเดินออกไปทำธุระข้างนอกโครงการฯ พบเรื่องการสื่อสาร ไม่รู้จักเส้นทาง ด้านอาหาร ตามลำดับ พื้นที่ส่วนกลางนั้นต้องการห้องสพาทินแบบญี่ปุ่น ในพื้นที่ห้องพักอาศัย พบว่า ต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขห้องน้ำ ที่ปัจจุบันมีขนาดเล็กไม่เหมาะสมสำหรับการใช้รถเข็น และยังขาดอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานสำหรับผู้สูงอายุ

วิทยานิพนธ์ที่ 4

ชื่อ: ศิตางค์ เหลียวรุ่งเรือง

ชื่อวิทยานิพนธ์: พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวพำนักระยะยาว: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): HOUSING SELECTION FACTORS FOR THE LONGSTAY ELDERLY JAPANESE: A CASE STUDY OF CHIANG MAI PROVINCE)

ประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนคนสูงอายุสัดส่วนมากที่สุด กว่าร้อยละ 20 ผู้สูงอายุญี่ปุ่นมักใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวด้วยเงินบำนาญที่รัฐจ่ายให้เป็นรายเดือน ทำให้มีกำลังในการใช้จ่ายสูง งานวิจัยนี้จึงทำขึ้นเพื่อศึกษา สภาพสังคมเศรษฐกิจ, ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย และปัญหาที่อยู่อาศัย โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ ด้วยแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวจังหวัดเชียงใหม่และเป็นสมาชิกของสมาคมพำนักระยะยาวเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ด้านสภาพสังคมเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ระดับการศึกษาสูง ฐานะทางการเงินมั่นคง สุขภาพแข็งแรงช่วยเหลือตนเองได้ ชอบกีฬากอล์ฟ เลือกมาพำนักระยะยาวในเชียงใหม่เพราะ ค่าครองชีพต่ำ ผู้คนมนุษยสัมพันธ์ดี มีน้ำใจ เมืองมีความปลอดภัย ภูมิประเทศและภูมิอากาศดี มีวัฒนธรรมคล้ายกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ มีการวางแผนช่วงเวลาที่มาพำนักระยะยาวตลอดชีวิต โยนิยมเลือกคอนโดมิเนียมในเขตเมือง ด้านปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยสามารถจัดอันดับได้คือ ข้อพิจารณาด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านการเงิน ด้านตัวบ้าน ข้อมูลโครงการตามลำดับ โดยหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง ใช้เวลาพิจารณา 4 สัปดาห์ขึ้นไป ปัญหาด้านการอยู่อาศัยที่พบคือ ความปลอดภัย การไม่ปฏิบัติตามกฎจราจรของคนท้องถิ่น เสียงดังจากข้างบ้าน สุนัขจรจัด การสื่อสารกับคนท้องถิ่น คนเมาขับรถ สัญญาณอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ไม่ดี ความกังวลเรื่องโครงสร้างอาคาร ไม่มีครัวในการทำอาหาร ข้อเสนอแนะจากผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นด้านที่อยู่อาศัยพบว่า ต้องการอ่างอาบน้ำและโถงเข้าบ้านแบบญี่ปุ่น ต้องการช่องระบายอากาศญี่ปุ่น ต้องการห้องครัวและการแบ่งพื้นที่ใช้สอยในบ้าน ไม่ชอบพื้นที่กระเบื้องเคลือบ ต้องการระบบขนส่งสาธารณะ ต้องการล่ามแปลภาษาญี่ปุ่นในโรงพยาบาล ต้องการขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมืองและเอกสารเข้าประเทศที่สะดวก

วิทยานิพนธ์ที่ 5

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย): ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับแหล่งงาน: กรณีศึกษาผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยในเขต จังหวัดปทุมธานี.

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): RELATIONSHIPS BETWEEN RESIDENTIAL AND WORKPLACE: A CASE STUDY OF HOUSING PROJECT IN PATHUM THANI PROVINCE

จังหวัดปทุมธานีมีแหล่งงานเพิ่มมากขึ้นประกอบด้วยงานการค้าบริการและอุตสาหกรรม ได้แก่โรงงานห้างสรรพสินค้าสถานพยาบาลและบริษัทเอกชนอีกทั้งหน่วยงานราชการทำให้มีผู้ทำงานเป็นจำนวนมากโดยส่วนหนึ่งนั้นย้ายถิ่นฐานมาอยู่อาศัยเป็นการถาวรวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและแหล่งงานโดยการสอบถามผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านพฤษภา 11 โครงการหมู่บ้านราชพฤกษ์ 1 และโครงการหมู่บ้านอยู่เจริญ 2 เป็นกรณีศึกษาปัจจุบันหมู่บ้านพฤษภา 11 มีจำนวนที่อยู่อาศัย 648 หน่วยหมู่บ้านราชพฤกษ์ 1 มีจำนวนที่อยู่อาศัย 432 หน่วยและหมู่บ้านอยู่เจริญ 2 มีจำนวนที่อยู่อาศัย 133 หน่วยทั้งสามหมู่บ้านนั้นหมู่บ้านพฤษภา 11 เป็นทาวน์เฮาส์สองชั้นส่วนหมู่บ้านราชพฤกษ์ 1 และหมู่บ้านอยู่เจริญเป็นทาวน์เฮาส์ชั้นเดียวราคาประมาณห้าถึงหกแสนบาทจากการศึกษาพบผู้ที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านทั้งสามแห่งทำงานในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีมากถึงร้อยละ 77.1 ส่วนใหญ่ทำงานในภาคเอกชนมีรายได้มากกว่าหมื่นสามพันบาทเป็นครอบครัวขยายมีบุตรหลานและพ่อแม่อาศัยอยู่ด้วยการเดินทางใช้รถจักรยานยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทางไปทำงานและใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 30 นาทีปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยคือความสะดวกในการเดินทางไปทำงานและปัญหาที่อยู่อาศัยเดิมก่อนย้ายมาอยู่คือเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาทำงานสำหรับผู้ทำงานนอกพื้นที่จังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนตั้งอยู่ในพื้นที่ต่อเนื่องกับจังหวัดปทุมธานีตามแนวถนนพหลโยธินและถนนวิภาวดีรังสิตผลการศึกษาคั้งนี้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับแหล่งงานอย่างชัดเจนและปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยในระดับราคานี้จะอยู่ใกล้แหล่งงานเป็นสำคัญและมีความสะดวกในการเดินทางโดยเฉพาะระบบขนส่งสาธารณะทั้งนี้ความใกล้เคียงไม่ได้หมายความถึงระยะทางเท่านั้นหากหมายรวมถึงความสะดวกค่าใช้จ่ายระยะเวลาและระบบขนส่งสาธารณะที่ให้บริการ

วิทยานิพนธ์ที่ 6

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย): แนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัด: กรณีศึกษาพื้นที่เขต กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): ADAPTATION STRATEGIES FOR LOCAL ECONOMY HOTEL: CASES STUDY OF BANGKOK METROPOLIS AREA AND PATTAYA AREA

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อช่วยส่งเสริมรายได้ให้กับทุกจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยรวมถึงจังหวัดกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยาซึ่งเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 1 และอันดับที่ 2 ของประเทศไทยแต่ในปัจจุบันทั่วโลกประสบกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอยใช้หวิดใหญ่ 2009 และปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมืองภายในประเทศไทยส่งผลทำให้โรงแรมทุกระดับประสบกับปัญหาในหลายๆด้านโดยเฉพาะโรงแรมที่มีต้นทุนต่ำเช่นโรงแรมระดับราคาประหยัดผู้วิจัยจึงได้นำโรงแรมระดับราคาประหยัดใน

พื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยาเป็นกรณีศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางด้านการตลาดการแข่งขันทางด้านการตลาดตลอดจนปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของโรงแรมอันจะเป็นประโยชน์ต่อโรงแรมระดับราคาประหยัดเพื่อให้ได้ปรับตัวและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยพบว่ากลยุทธ์ทางด้านการตลาดมีความสำคัญในการผลักดันให้โรงแรมมีอัตราการเข้าพักที่สูงขึ้นในด้านต่างๆเช่นส่วนประสมทางการตลาดการวิเคราะห์สวอต การวิเคราะห์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายการวิเคราะห์คู่แข่งและการวิเคราะห์จุดขายเป็นต้นในด้านการแข่งขันทางด้านการตลาดพบว่านักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องความพึงพอใจในการเข้าพักโรงแรมมากที่สุดทั้งในด้านกายภาพการตลาดและการบริการในด้านปัญหาของโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัดพบว่าปัญหาด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้ามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.20 แนวทางการปรับตัวคือควรให้โรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัดมีเครือข่ายเพิ่มขึ้นรองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาดคิดเป็นร้อยละ 17.22 แนวทางการปรับตัวคือควรมีการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัดมากขึ้นเช่นทางสื่อออนไลน์บริษัททัวร์หรือแอมบาสเดอร์และด้านพนักงานคิดเป็นร้อยละ 14.87 แนวทางการปรับตัวคือควรมีการฝึกอบรมและประเมินผลพนักงานอยู่เสมอแนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัดนั้นควรให้ความสำคัญในด้านกายภาพโดยการปรับปรุงห้องพักให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้แก่ลูกค้าที่เข้าพักในด้านลูกค้าควรมีการเลือกลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากขึ้นทั้งในเรื่องของสัญชาติวัตถุประสงค์ของการเข้าพักและวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวในด้านการตลาดควรมีการส่งเสริมการตลาดทางด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเช่นทางสื่อออนไลน์บริษัททัวร์หรือแอมบาสเดอร์ต่างๆเพื่อให้ลูกค้ารู้จักโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัดมากขึ้นและในด้านการบริหารจัดการของโรงแรมควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานโรงแรมตามความถนัดของงานและให้หน่วยงานต่างๆภายในโรงแรมมีการประสานงานอย่างมีระเบียบขั้นตอนเพื่อให้พนักงานโรงแรมทำงานทางด้านธุรกิจการให้บริการได้อย่างเต็มศักยภาพ

วิทยานิพนธ์ที่ 7

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย): ปัจจัยการเลือกห้องพักอาศัยของนักท่องเที่ยวในโรงแรมระดับ3ดาว : กรณีศึกษาโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพมหานคร.

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): FACTORS FOR THREE-STAR HOTEL ROOM SELECTION BY TOURISTS: A CASE STUDY OF RIVERRSIDE HOTEL BANGKOK METROPOLITAN

การศึกษาปัจจัยการเลือกห้องพักอาศัยของนักท่องเที่ยวในโรงแรมระดับ 3 ดาว กรณีศึกษาโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อ สำนวจศักยภาพของโรงแรมในการพัฒนาที่อยู่อาศัยแบบชั่วคราวประเภทโรงแรม3 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว , เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรูปแบบห้องพักอาศัยในโรงแรมของนักท่องเที่ยว , เพื่อศึกษาถึงรูปแบบห้องพักในโรงแรม ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการให้บริการด้านที่พักเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมทั้งจะได้ทราบข้อมูลพื้นฐานและความต้องการเลือกใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกในการพักอาศัยที่โรงแรมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้นับได้ว่าเป็นการสำวจศักยภาพของการพัฒนาที่อยู่อาศัยแบบชั่วคราว ประเภทโรงแรมระดับ3 ดาว ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อการตัดสินใจวางแผนและพัฒนากิจการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาในกรณีศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบวัดครั้งเดียวโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมริเวอร์ไซด์ทั้งหมด 367 คน จากจำนวนประชากร 5090 คน จำแนกกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสำมนา กลุ่มที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง และกลุ่มที่จองห้องพักโดยตรง

ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยพบว่า รูปแบบของห้องพักอาศัยมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งจุดประสงค์การพักอาศัยเพื่อการพักผ่อน พบว่าห้องสุทุกประเภทจะมีอัตราการเข้าพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 42.23 เพื่อการสำมนาพบว่าห้องแบบ superior และdeluxe จะมีอัตราการเข้าพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 10.63 และเพื่อการท่องเที่ยวจะใช้ห้องแบบ superior เป็นส่วนใหญ่ จะมีอัตราการเข้าพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 40.60 และเพื่อธุรกิจจะใช้ห้องแบบ superior เป็นส่วนใหญ่ จะมีอัตราการเข้าพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 2.45 ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรูปแบบห้องพักอาศัย สูงที่สุดคือ ราคาห้องพักรองลงมาเป็นทำเล และรูปแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 35.97, 13.62, 11.17, 7.12 ตามลำดับ ในการพัฒนาศักยภาพของโรงแรมด้านอัตราการเข้าพักนั้น จะต้องคำนึงถึงราคาห้องพักเพราะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด รวมทั้งจะต้องมีการส่งเสริมการขายในด้านการบริการอาหารเช้าและอินเทอร์เน็ตด้วยจึงจะทำให้มีศักยภาพในด้านรายได้สูงสุดของโรงแรม

วิทยานิพนธ์ที่ 8

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย): ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าสู่แหล่งงาน และที่ตั้งที่อยู่อาศัย กรณีศึกษา ผู้ที่ทำงานในอาคารสำนักงานย่านถนนสาทร

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): RELATIONSHIPS HOUSING EXPENDITURE, COMMUTING TO WORK EXPENDITURE AND HOUSING LOCATION: A CASE STUDY OF WORKERS IN OFFICE BUILDINGS ON SATHORN ROAD, BANGKOK METROPOLITAN

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าสู่แหล่งงาน และที่ตั้งที่อยู่อาศัย กรณีศึกษา ผู้ที่ทำงานในอาคารสำนักงานย่านถนนสาทร จำนวน 400 ตัวอย่าง มีการใช้แบบสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ

ผลการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้งของแหล่งงานและที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มผู้มีรายได้น้อย เลือกอยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กลุ่มรายได้ปานกลางเลือกอาศัยอยู่ใกล้กับบ้านญาติ กลุ่มผู้มีรายได้สูงเลือกอาศัยอยู่ในที่อยู่เดิมของบิดามารดา

ผลการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยกับด้านที่ตั้งที่อยู่อาศัย แบ่งเป็นค่าผ่อนชำระบ้าน และค่าเช่าบ้าน พบว่า ผู้เช่าบ้านที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ชั้นในจะมีค่าเช่าบ้านสูงกว่าบริเวณที่ห่างออกไป ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าสู่แหล่งงานพบว่าผู้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ ชั้นในมีค่าโดยสารและค่าน้ำมันต่ำกว่าในบริเวณที่ห่างออกไป

ข้อเสนอแนะภาครัฐควรมีนโยบายและมาตรการในการจัดให้มีที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้แหล่งงานสำหรับผู้มีรายได้น้อยใจการกลางเมืองและควรมี นโยบายในการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างบ้านและที่ทำงานในเมืองสำหรับประชาชน

วิทยานิพนธ์ที่ 9

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย): ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า: กรณีศึกษาบริเวณถนนอ่อนนุช

ชื่อวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ): FACILITY REFERENCE : A CASE STUDY OF APARTMENT TANENTS IN ONNUT AREA

วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพการใช้และความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวม บนถนนอ่อนนุช ระดับราคาเช่า 3,000- 6,000 บาทต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่าผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน บริเวณสุขุมวิท สีลม และสาทร เดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนระบบราง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000บาท มีค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัยต่อเดือน 5,000บาท โดยแบ่งเป็นค่าเช่าห้อง ค่าเช่าเฟอร์นิเจอร์ และค่าบริการอื่นๆ

อาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่าแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ อาคารที่เปิดดำเนินการก่อน2539 ส่วนใหญ่มีความสูงมากกว่า5 ชั้น มีจำนวนห้องพักมากกว่า80 ห้อง มีลิฟท์ ปล่อยทิ้งขยะ สันถุนานเตือนภัย และ

สายฉีดดับเพลิง ห้องพักรมทั้งห้องธรรมดา ห้องพัสดุ ห้องปรับอากาศ มีร้านซักรีด มินิมาร์ท ร้านเสริมสวย และร้านอาหารอยู่ในอาคารเดียวกัน กลุ่มที่สอง กลุ่มนี้เปิดดำเนินการหลัง 2539 ส่วนใหญ่มีความสูง 5 ชั้น มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 80 ห้อง ไม่มีลิฟท์ ปล่องทิ้งขยะ สัญญาณเตือนภัย สายฉีดดับเพลิง การเข้าออกอาคารใช้ระบบคีย์การ์ดและแสกนลายนิ้วมือ มีกล้องวงจรปิด ห้องพักเป็นห้องปรับอากาศทั้งหมด มีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายและ เคเบิลทีวี

สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่า แบ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่มี และผู้เช่าใช้ได้แก่ ระเบียง โทรศัพท์ ที่จอดรถ ที่นั่งเล่นพักผ่อน เตียงและที่นอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้งพร้อมกระจก มุ้งลวด โต๊ะทานข้าว ผ้าม่าน เก้าอี้ ชั้นวางทีวี สิ่งอำนวยความสะดวกที่มี และผู้เช่าต้องจ่ายเพิ่มเมื่อใช้บริการ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 2-4 เปรียบเทียบข้อแตกต่างของงานวิจัยครั้งนี้กับงานวิจัยอื่นๆ

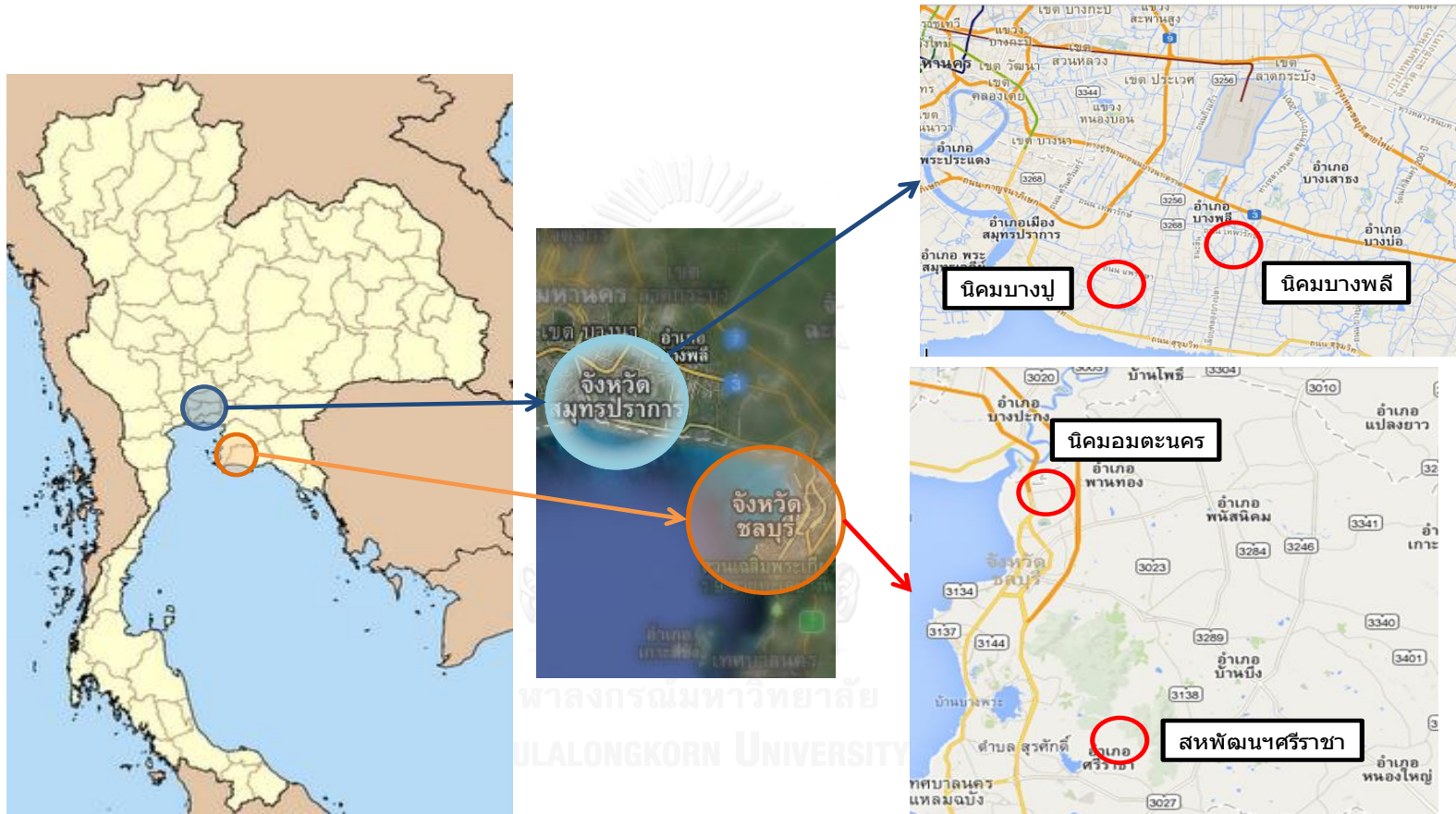
ผู้แต่ง / ปี	ภาณี ศรีอาจ 2549	ศิริมานะ ตาดมัย 2537	วิภาวรรณ สัตตบุษยสุทธิ 2537	ขวัญข้าว มานะขจรเวช 2556
หัวข้อ	สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ในสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวพำนักระยะ ยาว: กรณีศึกษา โครงการ ริเออิ ลุมพินี เรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานคร	การจัดการที่อยู่อาศัยของแรงงานในเขต อุตสาหกรรมของเอกชน กรณีศึกษาสวน อุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ฯ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี	ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานใน นิคมอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา นิคม อุตสาหกรรมลาดกระบัง	ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของ ชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตทำงานในจังหวัด สมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี
วัตถุประสงค์	เพื่อสังเกตสภาพที่พักอาศัยและพฤติกรรม การอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น	เพื่อศึกษาสภาพความเป็นอยู่ ความพึง พอใจ ปัญหาที่อยู่อาศัยของลูกจ้าง แรงงานในเขตอุตสาหกรรมของเอกชน	เพื่อหาปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัย ทั้ง ในรูปแบบเช่าและเช่าซื้อ	เพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของ แรงงานชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามา ประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและ จังหวัดชลบุรี
	เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของสภาพ และพฤติกรรมของผู้พักอาศัย		เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ต้องการที่อยู่อาศัย	เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการ ตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพใน จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี
กลุ่มตัวอย่าง	ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในโครงการ ริเออิ ลุมพินี เรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานคร	กลุ่มลูกจ้างแรงงาน	ผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง	ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี
		กลุ่มผู้ประกอบการ		
ผลการศึกษา	พฤติกรรมการพักอาศัยต้องการที่พักใกล้ ชุมชน โรงพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และคมนาคมสะดวก	แรงงานที่มีความพึงพอใจต่อลักษณะที่อยู่ อาศัยและสภาพแวดล้อมในระดับปานกลาง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ทำให้เกิดความ ต้องการซื้อบ้าน คือการเป็นผู้ที่มีเงินเก็บ/ เงินออม	สภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่ พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาต เข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 วิธีดำเนินการศึกษา

- 1) ศึกษาทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการทำงานวิจัย พฤติกรรมผู้บริโภคหลักการทางสถิติเป็นต้น
- 2) ศึกษาและเก็บข้อมูลเบื้องต้นของเรื่องที่จะศึกษา อาทิเช่น จำนวนแรงงานญี่ปุ่นในประเทศไทย เป็นต้น
- 3) สร้างแบบสอบถาม และ แบบสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการเก็บข้อมูลจะใช้การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิทุติยภูมิ คือ
ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
 - ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ต้องการ คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการหรือปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย, พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย และข้อเสนอแนะต่างๆ
 - จังหวัดสมุทรปราการ – นิคมอุตสาหกรรมบางพลี และ บางปู
 - จังหวัดชลบุรี – นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร และ – สวนอุตสาหกรรมศรีราชา ศรีราชา จังหวัดชลบุรี



รูปที่ 3- 1 แสดงที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมที่ต้องการศึกษา

- ผู้เชี่ยวชาญองค์กรหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะใช้การสัมภาษณ์เพื่อสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ต้องการ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่น, จุดเด่น จุดด้อย รวมถึงปัญหาของกิจการในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะต่างๆ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต เอกสารงานวิจัย รายงานทางสถิติ และบทวิเคราะห์ของหน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน

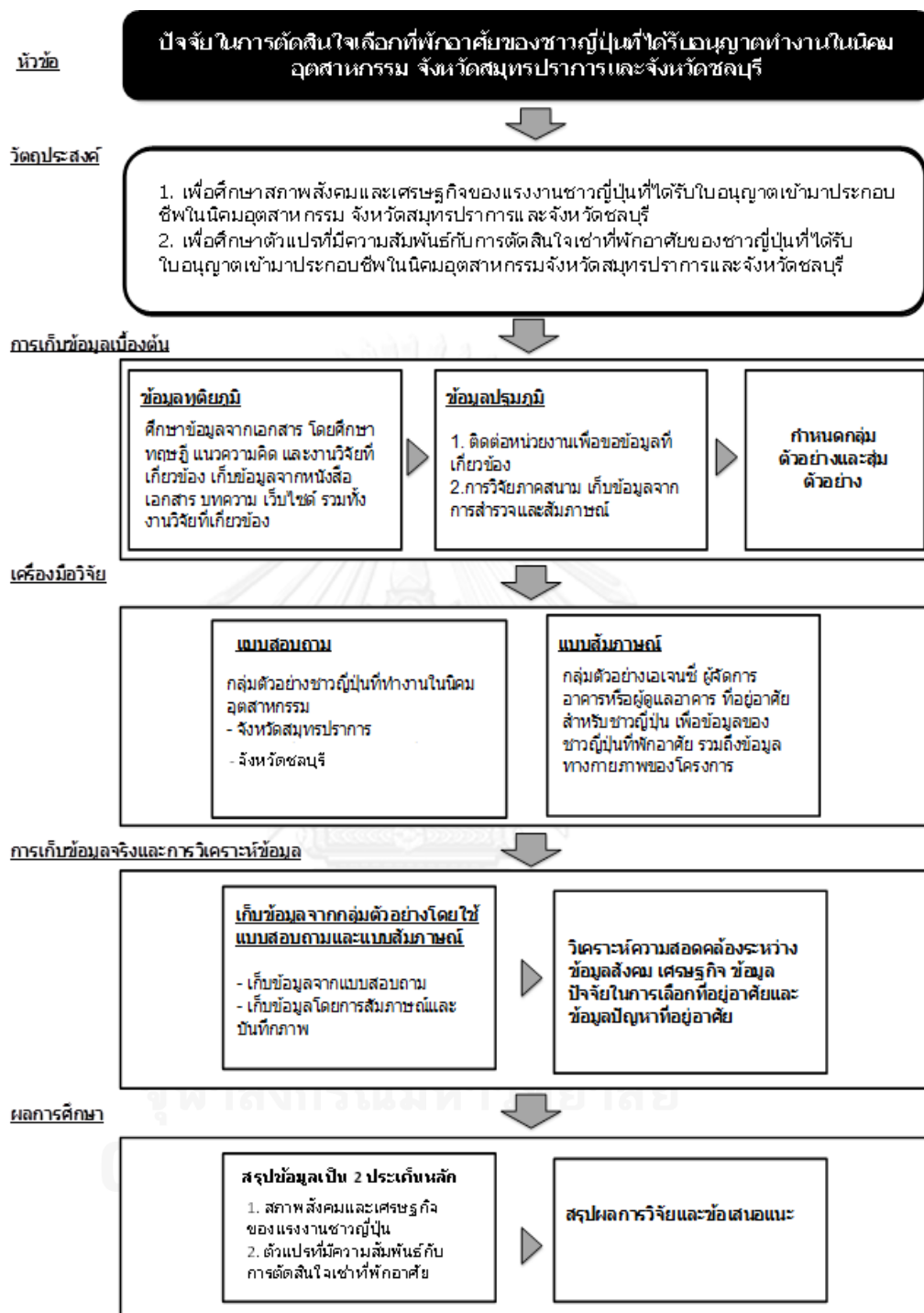
ยกตัวอย่างการเก็บข้อมูลจากบริษัทอสังหาริมทรัพย์สำหรับชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด มีอยู่ 5 บริษัทใหญ่ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับโดยทั่วไปคือ

- บริษัท Ishikawa Shoji
- บริษัท Takumi
- บริษัท World Vision and Prinya
- บริษัท Kobayashi
- บริษัท Dear Life Corporation

ยกตัวอย่างการเก็บข้อมูลจากอพาร์ทเมนต์ที่ให้เช่าสำหรับชาวญี่ปุ่น โดยวิธีการเลือกโครงการที่เข้าไปสัมภาษณ์จะอาศัยการสอบถามจากชาวญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในนิคมที่ต้องการศึกษาว่าพักอาศัยอยู่ที่ใดบ้าง และสุ่มเลือกสัมภาษณ์และดูสภาพทางกายภาพของโครงการนั้นๆ ตามทำเลที่เลือกศึกษา

4) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดขึ้นเพื่อต้องการทราบที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัย ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของแรงงานชาวญี่ปุ่นและ ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกที่อยู่อาศัย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (เช่น ค่าเฉลี่ย ร้อยละ) และสถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบสมมติฐาน)

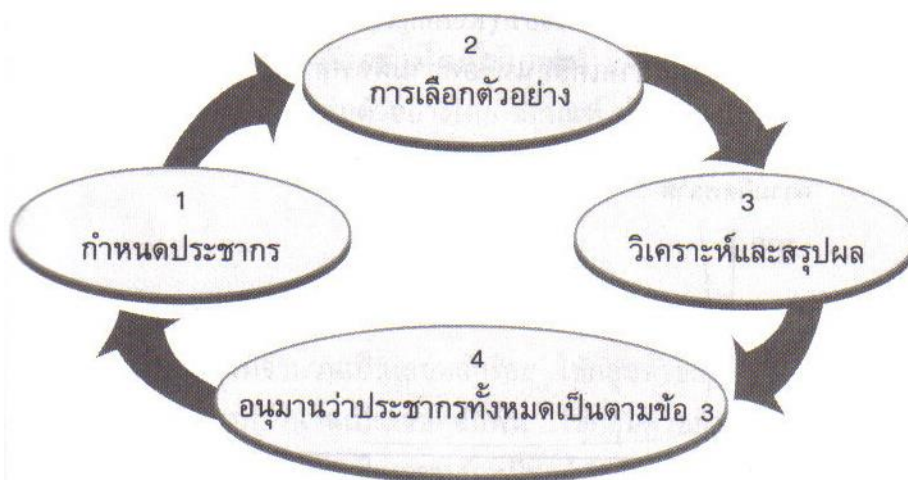
5) สรุปผลและข้อเสนอแนะต่างๆ



แผนภูมิที่ 3-1 กระบวนการดำเนินงานวิทยานิพนธ์

3.2 การกำหนดกลุ่มประชากร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง นับว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งเพราะเป็นการเลือกตัวแทนมาศึกษา ผลจากการศึกษาที่ได้ สรุปล้างไปยังประชากร ดังนั้นถ้ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ไม่เป็นตัวแทนที่ดี ผลวิจัยที่กล่าวอ้างอิงไปยังประชากร ก็จะไม่ถูกต้องตามความเป็นจริง แต่จะอย่างไร ผู้วิจัยจึงจะได้ตัวแทนที่ดีที่สุดมาวิเคราะห์ เพื่อสรุปผลไปยังประชากรให้ถูกต้องที่สุด การที่จะได้ตัวแทนที่ดีนั้นเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่าได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) หมายถึง การเลือกบางส่วนของประชากร (Population) มาศึกษา ผลการศึกษาสรุปได้ อย่งไร ถือว่าเป็นข้อสรุปจากประชากรทั้งหมด (บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2536 : 64) ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 3-2 แสดงประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสรุปอ้างอิง

โดยประชากรในครั้งนี้คือ ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

- จังหวัดสมุทรปราการ – นิคมอุตสาหกรรมบางพลี และ ลาดกระบัง
- จังหวัดชลบุรี – นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร และ
– สวนอุตสาหกรรมศรีสทพัฒน์ฯ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ของการเลือกกลุ่มตัวอย่างมาศึกษา

การเลือกกลุ่มตัวอย่างมาศึกษาแทนประชากรนั้นมีประโยชน์ดังนี้

1. ประหยัดค่าใช้จ่าย แรงงานและเวลา การศึกษาโดยใช้ประชากรจะทำให้เสียเวลาลงทุนสูงและใช้แรงงานมากกว่าการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง
2. รวบรวมข้อมูลได้เร็วและง่ายกว่ารวบรวมทั้งหมด การติดตามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จะทำได้ง่ายกว่าการรวบรวมทั้งหมด เพราะข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในพื้นที่แคบและจำกัดหาข้อมูลของประชากร เมื่ออยู่ในวงแคบก็จะทำให้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมได้รวดเร็ว
3. มีความเชื่อมั่นและแม่นยำมากกว่า การศึกษาข้อมูลจากกลุ่มที่มีจำนวนน้อย จะทำให้ผู้วิจัยจัดกระทำข้อมูล ได้อย่างถูกต้องแม่นยำมากกว่าข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ เช่น การติดตาม การแปรผล การควบคุมการทดลอง เป็นต้น

4. ข้อมูลบางอย่างผู้วิจัยไม่สามารถหาได้จากกลุ่มประชากร จำเป็นต้องสุ่มตัวอย่างมาศึกษา แล้วสรุปไปยังประชากร เช่น การตรวจความสะอาดของน้ำในแม่น้ำ ถ้าคลองการตรวจหาเชื้อโรคจากเลือดของผู้ป่วย ผู้วิเคราะห์อาจจะเจาะเอาเลือดมา 1 – 2 หยดวิเคราะห์แล้วก็บอกได้ว่าผู้ป่วยคนนี้เป็นโรคอะไร เป็นต้น⁸

3.3 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ตามสูตรของ Yamane กรณีที่ประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite population)⁹

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

โดยที่

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5%

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

⁸ จิตต์อนันต์, บ. (2536). "การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย." Retrieved 13 สิงหาคม 2556, 2556, from www.science.cmru.ac.th/scienceblog/admin/blog/file/230411123232.doc.

⁹ วานิชย์บัญชา, ก. (2542). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

3.4 ผลการเลือกตัวอย่างตามที่กำหนด

จำนวนประชากรชาวญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ 2063 คน และจังหวัดชลบุรี 452 คน¹⁰ ซึ่งจากการคำนวณตามสูตรจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูล ดังนี้

$$n = (2063+452) / [1 + ((2063+452)) \times 0.05^2]$$

$$n = 400 \text{ คน}$$

จากการคำนวณจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาทั้งหมด 400 คน และเมื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามจังหวัดตามสัดส่วนดังนี้

- ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน
= $400 \times (2063 / (2063+452)) = 328$ ตัวอย่าง
- ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี จำนวน
= $400 \times (452 / (2063+452)) = 72$ ตัวอย่าง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

¹⁰ สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2555). จำนวนประชากรชาวญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี.

3.5 กรอบงานวิจัย

วัตถุประสงค์	ตัวแปรหลัก	ตัวแปรรอง	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
1. เพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี	-สภาพสังคม -สภาพเศรษฐกิจ	- เพศ, อายุ, สถานภาพ - รายได้, อาชีพ, ตำแหน่ง	-ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 328 ตัวอย่าง -ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี จำนวน 72 ตัวอย่าง	<u>ข้อมูลปฐมภูมิ</u> - แบบสอบถาม - แบบสัมภาษณ์ <u>ข้อมูลทุติยภูมิ</u> - Internet - ข้อมูลสถิติ - เอกสารทางวิชาการ - วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี	-ด้านสภาพกายภาพ -ด้านราคา -ด้านทำเลที่ตั้ง -ด้านส่งเสริมการขาย -ด้านบุคลากร	- ลักษณะของที่พักอาศัย ฯลฯ - ราคาเช่า - ที่ตั้งของที่พักอาศัย ฯลฯ - กิจกรรมของที่พักอาศัย ฯลฯ - ความสามารถของพนักงาน ฯลฯ	- บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น	

บทที่ 4

ข้อมูลทั่วไปของนิคมอุตสาหกรรม

ในบทนี้ทางผู้วิจัยจะกล่าวถึงข้อมูลทั่วไปของนิคมอุตสาหกรรมที่ต้องการศึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 จังหวัด คือ จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี และแต่ละจังหวัดมีจำนวน 2 นิคมที่ต้องการศึกษา ดังนี้

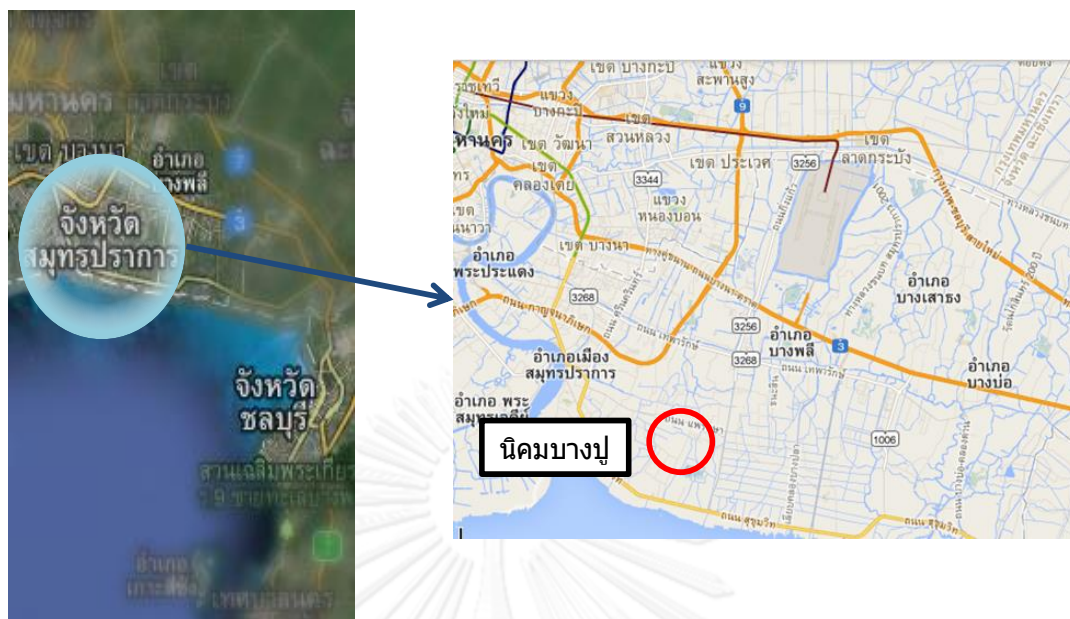
4.1 นิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ (Bangpoo Industrial Estate)

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของนิคมอุตสาหกรรมบางปู

นิคมอุตสาหกรรมบางปูจังหวัดสมุทรปราการก่อตั้งในปี 2520 ตั้งอยู่เลขที่ 649 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท กิโลเมตร 34-37 ตำบลบางปูใหม่ แพรกษา อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10280 ซึ่งบริหารงานโดยบริษัท พัฒนาที่ดินเพื่อการอุตสาหกรรมประเทศไทย จำกัด (Thailand Industrial Real Estate Development Company Limited) ผู้อำนวยการนิคมคือ คุณสุพัฒน์ ทิวถนอม¹¹

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

¹¹ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). นิคมอุตสาหกรรมบางปู



รูปที่ 4-1 ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมบางปูและ
ป้ายทางเข้านิคมอุตสาหกรรมบางปู¹²

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

¹² (2556). from http://www.thairentcenter.com/product.detail_742653_th_1398259.



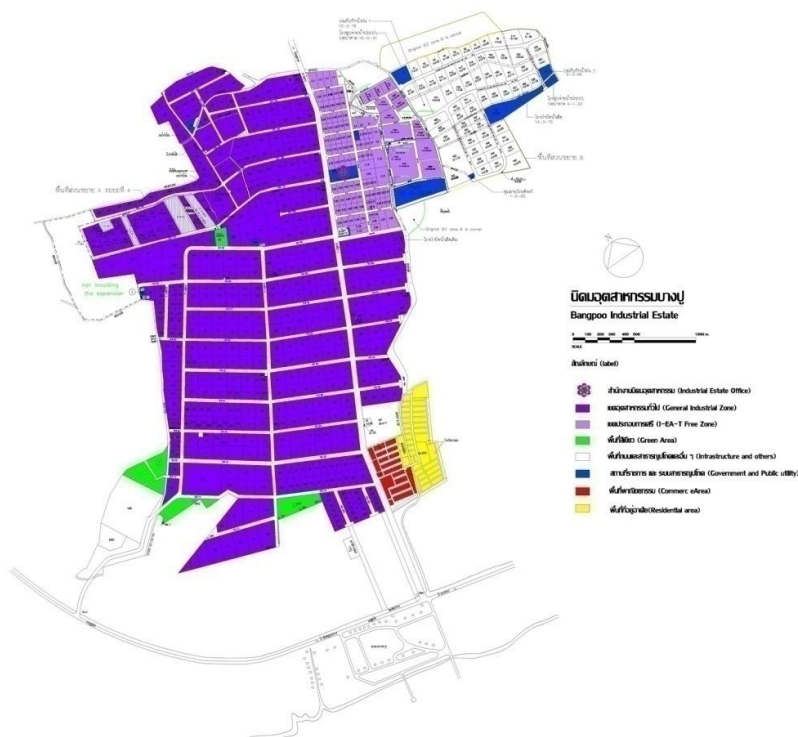
รูปที่ 4-2 แผนที่ทางเข้านิคมอุตสาหกรรมบางปู¹³

4.1.2 พื้นที่

พื้นที่ 5,472-2-68 ไร่แบ่งเป็น

¹³ จำกััด, บ. ฮ. (2556). "แผนที่บริษัท ฮะฮงสตีล จำกัด." Retrieved 20 สิงหาคม 2556, from hahhongsteel.com.

- เขตอุตสาหกรรมทั่วไป 3,659 - 0 - 96 ไร่
- เขตประกอบการเสรี 377 - 3 - 56 ไร่
- เขตที่พักอาศัย/พาณิชย์ 149 - 1 - 60 ไร่
- พื้นที่สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก 1,286 - 0 - -56 ไร่



รูปที่ 4-3 แผนที่ภายในนิคมอุตสาหกรรมบางปู¹⁴

4.1.3 ราคาขาย/เช่า

ราคาขายที่ดิน

- เขตอุตสาหกรรมทั่วไป 3,600,000 บาท/ไร่
อัตราค่าเช่า 292,820 บาท / ไร่ / ปี
- เขตประกอบการเสรี 4,000,000 - 4,500,000 บาท/ไร่
ราคาเช่าอาคารโรงงานตารางเมตรละ 180 บาท / เดือน

4.1.4 พื้นที่ วางบริเวณสาธารณูปโภค

¹⁴ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). "นิคมอุตสาหกรรมบางปู." from <http://www.ieat.go.th/main/default/showMenuDetail/id/568>.

อัตราค่าเช่า 266,200 บาท / ไร่ / ปี

4.1.4 พื้นที่ว่างในนิคม

- พื้นที่อุตสาหกรรม 6-1-99.3 ไร่
- พื้นที่สาธารณูปโภค 2-2-20.68 ไร่

4.1.5 ระยะทางจากสถานที่ต่างๆ

ระยะทางจากนิคมอุตสาหกรรมบางปูถึง

- สนามบินสุวรรณภูมิ 25 กิโลเมตร
- กรุงเทพฯ 37 กิโลเมตร
- ท่าเรือกรุงเทพ 24 กิโลเมตร
- ท่าเรือแหลมฉบัง 100 กิโลเมตร

4.1.6 สิ่งอำนวยความสะดวก

ระบบน้ำประปา

- ใช้น้ำประปาจากการประปานครหลวง โดยการจ่ายน้ำผ่านท่อประธาน เส้นผ่าศูนย์กลางขนาด 800 มิลลิเมตร เข้าสู่ระบบประปาภายในนิคมอุตสาหกรรม

4.1.7 ระบบไฟฟ้า

- ไฟฟ้าแรงสูงขนาด 24 กิโลโวลต์ ดำเนินการโดย การไฟฟ้านครหลวง
- 40 กิโลโวลต์ – แอมแปร์ / ไร่ สำหรับโรงงานอุตสาหกรรม

4.1.8 ระบบโทรศัพท์

มีคู่สาย 3,000 คู่สาย

4.1.9 ระบบบำบัดน้ำเสีย

มีระบบบำบัดน้ำเสีย 3 แห่ง

- เขตอุตสาหกรรมทั่วไป 2 แห่ง
ระบบ Activated Sludge ความสามารถในการบำบัด 45,000 ลูกบาศก์เมตร/วัน และ 3,600 ลูกบาศก์เมตร/วัน
- เขตประกอบการเสรี 1 แห่ง
ระบบ Rotation Biological Contractor (R.B.C.) ความสามารถในการบำบัด 2,300 ลูกบาศก์เมตร/วัน

4.1.10 ระบบเตาเผาขยะ

มีเตาเผาขยะในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป 2 แห่ง

- ความสามารถในการเผา 100 ตัน/วัน สำหรับขยะมูลฝอย และขยะทั่วไปดำเนินการโดย บริษัทบางปู เอนไวรอนเมนทอล คอมเพล็กซ์ จำกัด
- ความสามารถในการเผา 48 ตัน/วัน สำหรับขยะอันตราย ดำเนินการโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม

4.1.11 ระบบถนน

- ความยาวของถนน 37 กิโลเมตร

- ความกว้างของถนน ถนนสายหลักกว้าง 21 เมตร ถนนสายรองกว้าง 14.50 เมตร

4.1.12 ระบบป้องกันน้ำท่วม

- สถานีสูบน้ำ 15 สถานี เครื่องสูบน้ำ 2 เครื่อง/สถานี
- ความสามารถของเครื่องสูบน้ำ 0.5 ลูกบาศก์เมตร/วินาที/เครื่อง

4.1.13 ระบบป้องกันอัคคีภัย

- มีศูนย์ป้องกันและบรรเทาอุบัติภัย

4.1.14 สภาพพื้นดิน

- เป็นที่ราบลุ่มและสภาพทั่วไปเป็นดินอ่อน

4.1.15 ระบบรักษาความปลอดภัย

- มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลรอบพื้นที่

4.1.16 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอื่นๆ

- สำนักงานศุลกากร
- ห้องประชุม/สัมมนา
- โรงพยาบาล
- สโมสรคลับ สนามกอล์ฟ
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)
- ธนาคารนครหลวงไทยจำกัด(มหาชน)
- สถาบันยานยนต์
- สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ
- สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
- อาคารพาณิชย์ บ้าน/อาคารที่พักอาศัย
- ตัวแทนบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

4.1.17 อัตราค่าบริการ

- ค่าบำรุงรักษา
 - เขตอุตสาหกรรมทั่วไป
 - ปี 2551 800.- บาท /ไร่/เดือน
 - ปี 2552 900.- บาท /ไร่ /เดือน
 - ตั้งแต่ ปี 2553 เป็นต้นไป 1,000.- บาท / ไร่ /เดือน
 - เขตประกอบการเสรี
 - ปี 2551 1,000.- บาท / ไร่ /เดือน
 - ปี 2552 1,100.- บาท / ไร่ /เดือน
 - ตั้งแต่ ปี 2553 เป็นต้นไป 1,200 บาท/ไร่/เดือน
- ค่าบำบัดน้ำเสีย

คิดตามสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$TC = 184.77 + 8.8689 Vi + 17.5162 Vi Si / 1000 + CP^*$$

เมื่อ

TC คือ ค่าบริการบำบัดน้ำเสีย เป็น บาท/เดือน

Vi คือ ปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยออกมาเป็น ลูกบาศก์เมตร/เดือน

Si คือ ค่า BOD ของน้ำเสีย เป็น มิลลิกรัม/ลิตร

Cp* = ค่าบริการบำบัดน้ำเสีย กรณีที่น้ำเสียมีค่ามลภาวะเกินมาตรฐานที่การนิคม
อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กำหนดเฉลี่ยค่าบริการบำบัดน้ำเสียประมาณ

ลูกบาศก์เมตรละ 8.75-16.50 บาท

- ค่าบริการกำจัดขยะ
 - กำจัดขยะโดยวิธีการเผา กิโลกรัมละ 3.30 บาท
- ค่าน้ำประปา
 - อัตราค่าน้ำประปา มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2550 เป็นต้นไป

ในอัตรา ดังนี้

อัตราค่าน้ำประปา

- ปริมาณการใช้น้ำ 1 - 5,000 ลูกบาศก์เมตร ลูกบาศก์เมตรละ 18 บาท
- ปริมาณการใช้น้ำ 5,001 - 10,000 ลูกบาศก์เมตร ลูกบาศก์เมตรละ 19.50 บาท
- ปริมาณการใช้น้ำมากกว่า 10,000 ลูกบาศก์เมตร ลูกบาศก์เมตรละ 21 บาท

อัตราค่าน้ำดิบ

- 0.15 บาทต่อปริมาณการใช้น้ำประปา 1 ลูกบาศก์เมตร

- ค่าไฟฟ้า
 - อัตราค่าบริการตามที่มีการไฟฟ้านครหลวงกำหนด หน่วยละ 3.20 - 3.90 บาท

- ค่าโทรศัพท์

- อัตราค่าบริการตามที่ บริษัท ที โอ ที จำกัด (มหาชน) กำหนด นาทีละ 3 บาท และกด 1234 ตามด้วยเลขหมายปลายทาง (ต่างจังหวัดหรือมือถือ) ค่าบริการนาทีละ 1.50 บาท

4.1.18 ประเภทอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการทั้งสิ้น 434 โรงงานอุตสาหกรรม สัญชาติของผู้ลงทุนส่วนใหญ่เป็นชาวไทย 39 % ญี่ปุ่น 24% ไต้หวัน 20% อเมริกา 5% และ อื่นๆ (สิงคโปร์ มาเลเซีย ยุโรป ฯลฯ) 12% และจำแนกประเภทอุตสาหกรรม ดังนี้

- อุตสาหกรรมอาหาร ยา เครื่องสำอาง 6 %
- อุตสาหกรรมจาทิ้งแถมและเทียม อุตสาหกรรมจากไม้ 5%
- อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ 5 %
- อุตสาหกรรมเคมีเกษตร 7%

- อุตสาหกรรมสี สีสำหรับสิ่งทอ 4%
- อุตสาหกรรมโลหะ 15%
- อุตสาหกรรมยานยนต์ (ชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์) 3%
- อุตสาหกรรมสิ่งทอและพอกย้อม เครื่องนุ่งห่ม 4%
- อุตสาหกรรมกระดาษและสิ่งพิมพ์ 13%
- อุตสาหกรรมพลาสติกและยาง 8%
- อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ไฟฟ้า และเครื่องใช้ไฟฟ้า 11%
- ประกอบกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอุตสาหกรรม (คลังสินค้า ให้เช่าอาคาร) 7%
- อุตสาหกรรมอื่นๆ (แก้ว อุปกรณ์กีฬา ฯลฯ) 12%

4.1.19 สิทธิประโยชน์

สิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไปและเขตประกอบการเสรี

- ผู้ประกอบอุตสาหกรรม หรือพาณิชย์กรรม หรือ การบริการ ทั้งที่เป็นคนไทยและคนต่างด้าว อาจได้รับอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินในนิคมอุตสาหกรรมเพื่อประกอบกิจการได้ตามจำนวนเนื้อที่ที่คณะกรรมการ กนอ. เห็นสมควรแม้ว่าจะเกินกำหนดที่จะพึงมีได้ตามกฎหมายอื่น
- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม หรือพาณิชย์กรรม หรือ การบริการ จะได้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือ ผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะเข้ามาและอยู่ในราชอาณาจักร ตามจำนวน และภายในกำหนดระยะเวลาที่คณะกรรมการ กนอ. เห็นสมควร
- คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือ หรือผู้ชำนาญการซึ่งได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรตามข้อ 2 จะได้รับอนุญาต ให้ทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการ กนอ. ให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
- ผู้ประกอบอุตสาหกรรม หรือพาณิชย์กรรม หรือการบริการซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่นอกราชอาณาจักรจะได้รับอนุญาตให้ส่งเงินออกไปนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้ เมื่อเงินนั้นเป็นเงินทุนที่นำเข้ามา เงินปันผลหรือผลประโยชน์ที่เกิดจากเงินทุนนั้น เงินกู้ต่างประเทศ และเงินที่ผู้ประกอบอุตสาหกรรมหรือพาณิชย์กรรม หรือการบริการมีข้อผูกพันกับต่างประเทศ¹⁵

¹⁵ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). "ข้อมูลนิคมอุตสาหกรรมบางปู." from <http://www.ieat.go.th/main/default/showMenuDetail/id/568>.

4.2 นิคมอุตสาหกรรมบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ (Bangplee Industrial Estate)

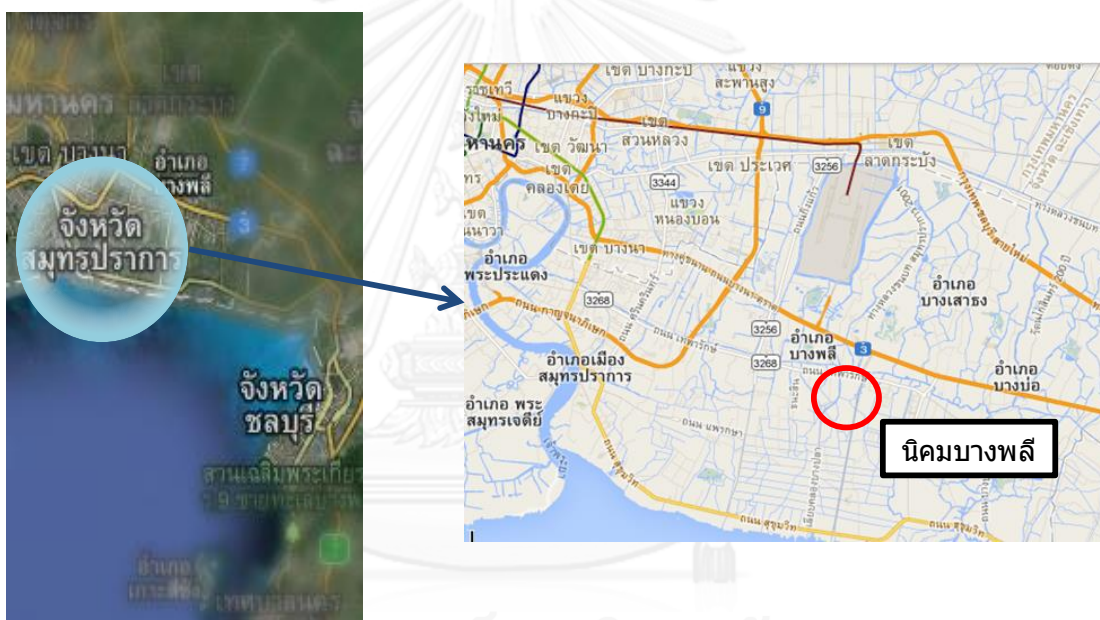
4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนิคมอุตสาหกรรมบางพลี

นิคมอุตสาหกรรมบางพลีจังหวัดสมุทรปราการก่อตั้งในปี 2532 ตั้งอยู่เลขที่ 136/2 หมู่ 17 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540ซึ่งพัฒนานิคมโดยการเคหะแห่งชาติผู้อำนวยการนิคมคือ คุณศรณพงษ์ ชูอาตม์¹⁶

4.2.2 พื้นที่

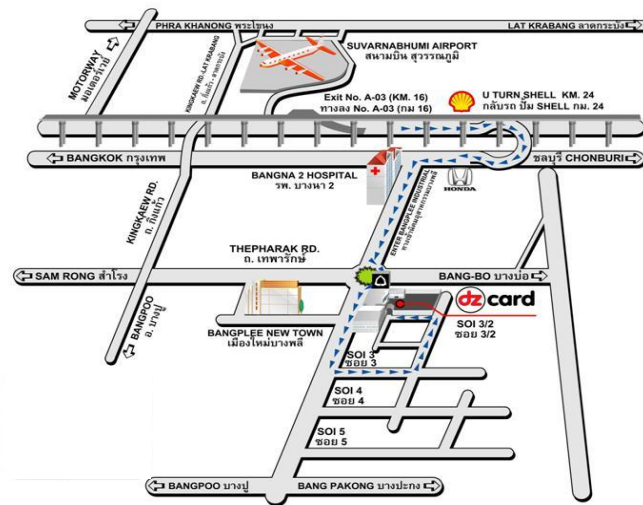
พื้นที่1004 ไร่แบ่งเป็น

- เขตอุตสาหกรรมทั่วไป 793 ไร่
- เขตสำนักงาน 14 ไร่
- พื้นที่สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก 194 ไร่



รูปที่ 4-4 ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมบางพลี

¹⁶ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). นิคมอุตสาหกรรมบางพลี.

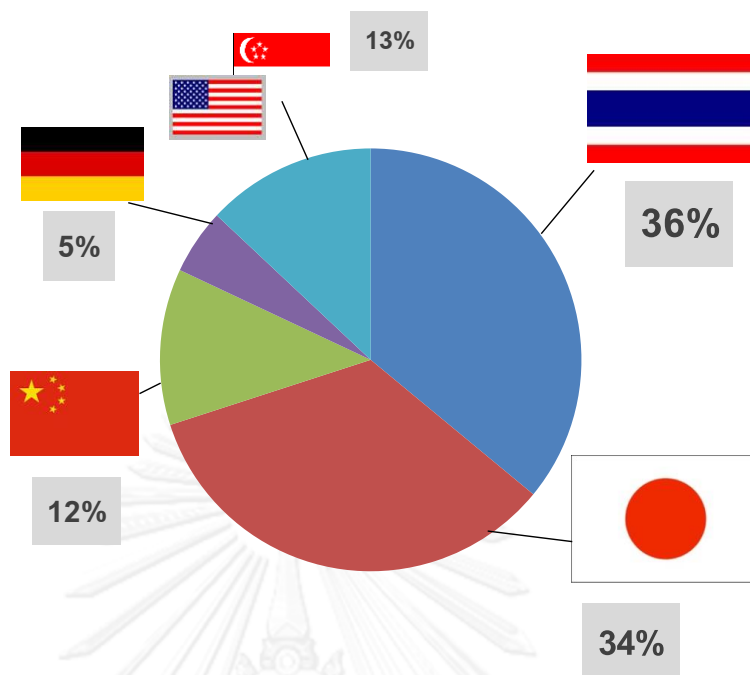


รูปที่ 4-5 แผนที่นิคมอุตสาหกรรมบางพลี¹⁷



รูปที่ 4-6 แผนที่ภายในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี

¹⁷ จำกััด, บ. ด. (2556). "แผนที่บริษัท dzcard จำกัด". Retrieved 20 สิงหาคม 2556, from www.ezyjob.com.



แผนภูมิที่ 4-1 สัดส่วนผู้ลงทุนแบ่งตามสัญชาติในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี

จำนวนโรงงานอุตสาหกรรม 157 โรงงานสัญชาติของผู้ลงทุนส่วนใหญ่เป็นชาวไทยและญี่ปุ่น

4.2.3 ราคาขาย/เช่า

ไม่มีพื้นที่

4.2.4 พื้นที่ว่างในนิคม

ไม่มีพื้นที่ว่าง

4.2.5 ระยะทางจากสถานที่ต่างๆ

ระยะทางจากนิคมอุตสาหกรรมบางปูถึง

- สนามบินสุวรรณภูมิ 20 กิโลเมตร
- สนามบินดอนเมือง 50 กิโลเมตร
- ท่าเรือแหลมฉบัง 60 กิโลเมตร
- ท่าเรือมาบตาพุด 150 กิโลเมตร
- นิคมอุตสาหกรรมบางปู 25 กิโลเมตร
- นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง 23 กิโลเมตร
- สถานที่ตากอากาศบางปู 24 กิโลเมตร
- จังหวัดสมุทรปราการ 30 กิโลเมตร
- กรุงเทพฯ 60 กิโลเมตร

4.2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก

ระบบน้ำประปา

- ใช้น้ำประปาจากการประปานครหลวง โดยการจ่ายน้ำผ่านท่อประธาน เส้นผ่าศูนย์กลางขนาด 800 มิลลิเมตร เข้าสู่ระบบประปาภายในนิคมอุตสาหกรรม

4.2.7 ระบบไฟฟ้า

- ไฟฟ้าแรงสูงขนาด 24 กิโลโวลต์ ดำเนินการโดย การไฟฟ้านครหลวง
- 40 กิโลโวลต์ – แอมแปร์ / ไร่ สำหรับโรงงานอุตสาหกรรม

4.2.8 ระบบโทรศัพท์

บริการโดย TOT, True, AIS ฯลฯ

4.2.9 ระบบบำบัดน้ำเสีย

ระบบตะกอนเร่งสามารถกำจัดน้ำเสียได้ 8,000 ลูกบาศก์เมตร/วัน

4.2.10 ระบบเตาเผาขยะ

ขนส่งและกำจัดโดยเทศบาลและเอกชน

4.2.11 ระบบถนน

ผิวจราจรเป็นแอสฟัลติกคอนกรีตกว้าง 10-12 เมตร ทางเท้าปูคอนกรีตกว้าง 2 เมตร
รางระบาย ทั้งแบบรางเปิดและปิด

4.2.12 ระบบป้องกันน้ำท่วม

- คลองระบายน้ำฝนระยะที่ 1 มีความยาวประมาณ 1,800 เมตร กว้าง 14 เมตร ลึกประมาณ 1.5 เมตร ความสามารถในการรับน้ำ 37,800 ลูกบาศก์เมตร
- คลองระบายน้ำฝนระยะที่ 2 มีความยาวประมาณ 2,100 เมตร กว้าง 16 เมตร ลึกประมาณ 1.5 เมตร ความสามารถในการรับน้ำ 50,400 ลูกบาศก์เมตร
- สถานีสูบน้ำจำนวน 5 สถานี
- Mobile Pump จำนวน 4 เครื่อง
- ความสามารถในการสูบน้ำรวม 18,290 ลูกบาศก์เมตร / ชั่วโมง

4.2.13 ระบบป้องกันอัคคีภัย

- มีรถดับเพลิง 1 คัน พร้อมอุปกรณ์ครบถ้วน มีแหล่งน้ำสำรอง ปริมาณ 1,000 ลูกบาศก์เมตร
- ชุดป้องกันสารเคมีระดับ A 2 ชุด
- เครื่องช่วยหายใจ (SCBA) 2 ชุด

4.2.14 สภาพพื้นดิน

เป็นที่ราบเกิดจากการสะสมของตะกอน (Depositional plain)

4.2.15 ระบบรักษาความปลอดภัย

- สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมบางพลีอยู่ในพื้นที่ ของสถานีตำรวจภูธรกิ่งอำเภอบางเสาธง มีสถานีย่อยๆ อยู่ในเขตชุมชนเคหะ เมืองใหม่บางพลี
- กล้องวงจรปิด

4.2.16 ประเภทอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการทั้งสิ้น 157บริษัท

4.2.17 สิทธิประโยชน์

สิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไปและเขตประกอบการเสรี

- ผู้ประกอบอุตสาหกรรม หรือพาณิชย์กรรม หรือ การบริการ ทั้งที่เป็นคนไทยและคนต่างด้าว อาจได้รับอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินในนิคมอุตสาหกรรมเพื่อประกอบกิจการได้ตามจำนวนเนื้อที่ที่คณะกรรมการ กนอ. เห็นสมควรแม้ว่าจะเกินกำหนดที่จะพึงมีได้ตามกฎหมายอื่น
- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม หรือพาณิชย์กรรม หรือ การบริการ จะได้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือ ผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะเข้ามาและอยู่ในราชอาณาจักร ตามจำนวน และภายในกำหนดระยะเวลาที่คณะกรรมการ กนอ. เห็นสมควร
- คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือ หรือผู้ชำนาญการซึ่งได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรตามข้อ 2 จะได้รับอนุญาตให้ทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการ กนอ. ให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
- ผู้ประกอบอุตสาหกรรม หรือพาณิชย์กรรม หรือการบริการซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่นอกราชอาณาจักรจะได้รับอนุญาตให้ส่งเงินออกไปนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้ เมื่อเงินนั้นเป็นเงินทุนที่นำเข้ามา เงินปันผลหรือผลประโยชน์ที่เกิดจากเงินทุนนั้น เงินกู้ต่างประเทศ และเงินที่ผู้ประกอบอุตสาหกรรมหรือพาณิชย์กรรม หรือการบริการมีข้อผูกพันกับต่างประเทศ¹⁸

4.3 นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี (Amatanakorn Industrial Estate)

4.3.1 ประวัติความเป็นมา

บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อบริษัท บางปะกง อินดัสเตรียล พาร์ค 2 จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่ที่ 700 หมู่ 1, คลองตำหรุ, เมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 20000 ประเทศไทยได้จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2532 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจค้าอสังหาริมทรัพย์ ในรูปของการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมเพื่อขายให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 120,000,000 บาท (หนึ่งร้อยยี่สิบล้านบาท) ปัจจุบันทุนจดทะเบียน 1,067,000,000 บาท (หนึ่งพันหกสิบล้านบาท) และได้จัดตั้งโครงการนิคมอุตสาหกรรมบางปะกงปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น “นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร” เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2541 ซึ่งจัดอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขตที่ 2 โดยเป็นโครงการที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชนร่วมกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย บนเนื้อที่ประมาณ 23,000 ไร่ ตั้งอยู่ กม.ที่ 57 ถนนบางนา-ตราด ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี โดยมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ณ 28 ธันวาคม 2555 คือ ครอบคลุมวิกรมดิษฐ์ 27.88%, ครอบคลุมยอดมณี 3.52%, Itochu Management (Thailand) Co., Ltd. 4.69% ซึ่งเป็นผู้

¹⁸ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). "ข้อมูลนิคมอุตสาหกรรมบางพลี ". from <http://www.ieat.go.th/main/default/showMenuDetail/id/569>.

ถือหุ้นเดิม ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นหลักโดยในปี 2555 ครอบครัวยุทธศาสตร์ได้ลดสัดส่วนการถือหุ้นลงเล็กน้อย ส่วนผู้ถือหุ้นหลักรายอื่นได้แก่ บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ถือหุ้น 9.91%, STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY FOR AUSTRALIA ถือหุ้น 6.02%, NORTRUST NOMINEES LIMITED-NT0 SEC LENDING THAILAND ถือหุ้น 3.64%

บริษัทอมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทพัฒนา และจัดการด้านนิคมอุตสาหกรรมชั้นนำของประเทศไทย นิคมอุตสาหกรรมไทยทั้งสองแห่งตั้งอยู่บนพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก (Eastern Seaboard) ปัจจุบันการลงทุนภาคอุตสาหกรรมมุ่งมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงขยายการดำเนินการไปยังประเทศเวียดนามด้วย

อมตะเน้นการบริการอย่างมีคุณภาพเป็นพื้นฐาน ดังนั้นจึงมีการนำรูปแบบการบริการแบบครบวงจร เข้ามาเพื่อช่วยโรงงานต่างๆ ประหยัดทั้งเงินและเวลาได้ บริษัทเข้าไปถือหุ้นในบริษัทต่างๆ 14 แห่ง และเป็น พันธมิตรกับอีกหลายบริษัท ที่ให้บริการในด้านการสร้างโรงงานสำเร็จรูป ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำ การบำบัด น้ำเสีย อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รถเช่า ที่พักอาศัย ร้านค้า คลินิกสุขภาพ โรงเรียน ร้านอาหาร และอื่นๆ อีก มากมาย ซึ่งสร้างนิคมอุตสาหกรรมภายใต้แนวคิดเมืองสมบูรณ์แบบ เป็นทั้งที่อยู่อาศัยและดำเนินชีวิต

อมตะนคร จังหวัดชลบุรี เป็นนิคมอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุด บนพื้นที่ 2,480 เฮกเตอร์ (15,500 ไร่ หรือ 6,200 เอเคอร์) ตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 2 (BOI) ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 57 กิโลเมตร และห่างจากสนามบินสุวรรณภูมิ 42 กิโลเมตร โดยมีโรงงาน 454 โรงที่เปิดดำเนินการใน จำนวนดังกล่าวมีโรงงาน 60 โรงที่ได้เซ็นสัญญาและอยู่ระหว่างการก่อสร้าง

อมตะซิตี้ จังหวัดระยอง มีพื้นที่ 1,120 เฮกเตอร์ (7,00 ไร่ หรือ 2,800 เอเคอร์) ตั้งอยู่ในเขตส่งเสริม การลงทุนเขต 3 (BOI) ห่างจากท่าเรือแหลมฉบังเพียง 27 กิโลเมตร และห่างจากสนามบินสุวรรณภูมิ 99 กิโลเมตร โดยมีผู้ผลิตจำนวน 113 รายที่กำลังจะเปิดดำเนินการในระยะเวลาอันใกล้นี้ ในจำนวนดังกล่าว มี โรงงาน 93 โรงที่ได้เปิดดำเนินการและอยู่ระหว่างการก่อสร้าง

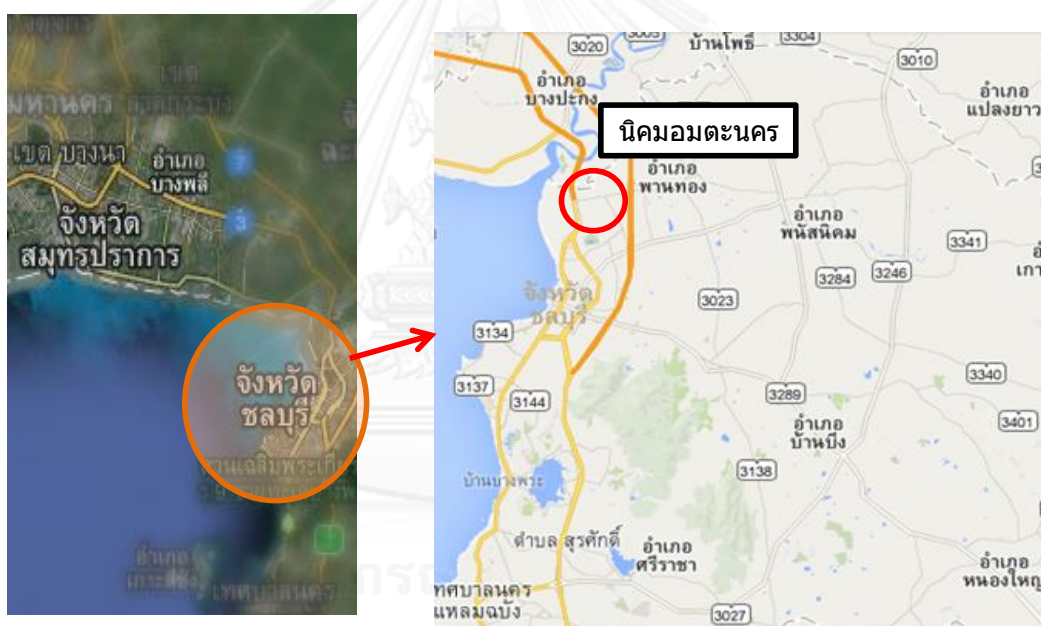
อมตะยังมีนิคมอุตสาหกรรมที่มีมาตรฐานสูงในประเทศเวียดนาม ภายใต้ชื่อ อมตะซิตี้ (เปียนหัว) จังหวัดดองโน ใกล้เมืองโฮจิมินห์ เปิดดำเนินการเมื่อปีพ.ศ. 2537 มีโรงงาน 87 แห่ง บนพื้นที่กว่า 700 เฮกเตอร์ (4,375 ไร่ หรือ 1,750 เอเคอร์) เฟสใหม่ของโครงการจะมีบ้านพัก อพาร์ทเมนต์ และสิ่งอำนวยความสะดวกใน ชีวิตประจำวัน ตามความต้องการของคนจำนวนมาก

ลูกค้าต่างชาติที่อยู่ในนิคมเช่น Sumitomo Rubber, Yokohama Tire Manufacturing, Canadoil, Triumph Motorcycles, BMW, Daikin, Sony Mobile, Pepsi-Cola, Bridgestone, Toyota, Colgate Palmolive, Kao, Mitsubishi Electric, Mitsubishi Elevator, Hino Motors และบริษัทอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก นอกจากลูกค้าต่างชาติแล้วยังลูกค้าไทยอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของอมตะอีกหลายราย¹⁹

¹⁹ นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). ความเป็นมา.



รูปที่ 4-7 ตำแหน่งของนิคมอมตะในประเทศไทยและเวียดนาม²⁰



รูปที่ 4-8 ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร

²⁰ นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). ความเป็นมา (ต่อ).



รูปที่ 4-9 แผนที่ของบริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

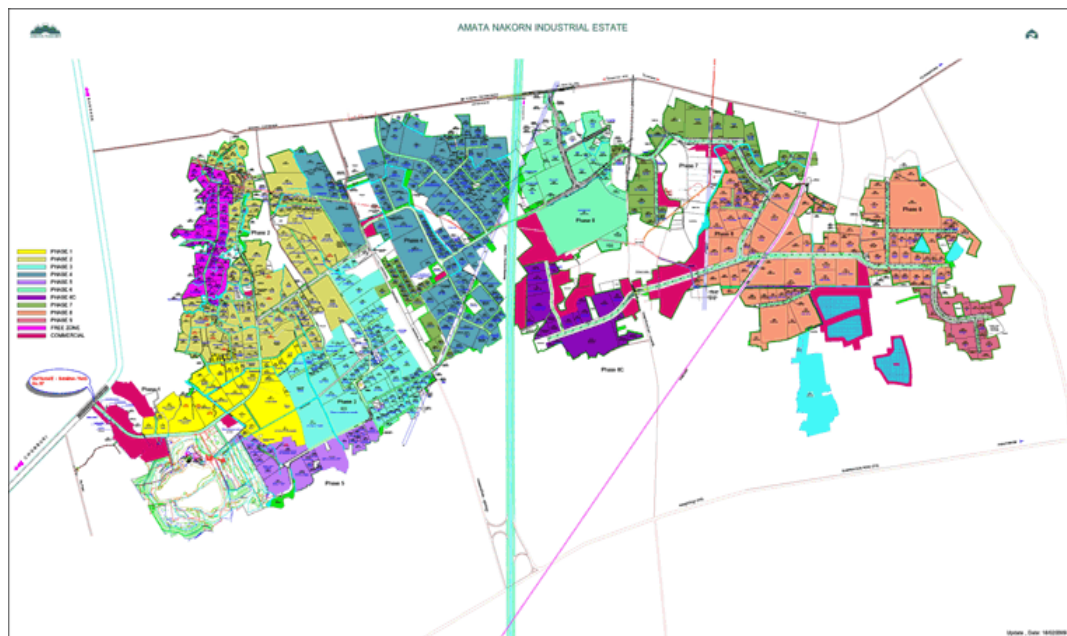
4.3.2 ข้อมูลทั่วไปของนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร

นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร (เดิมชื่อบางปะกง 2) คือ นิคมอุตสาหกรรม ที่เป็นหนึ่งของบริษัท ตั้งอยู่บนทำเลที่ดี ห่างจากกรุงเทพมหานคร เป็นระยะทาง 57 กม. (35 ไมล์) ระหว่างทางพิเศษยกระดับบางนา-ตราด และมอเตอร์เวย์ กรุงเทพ-ชลบุรี โรงงานที่ตั้งอยู่ในนิคม อุตสาหกรรมนี้สามารถเข้าถึง กรุงเทพมหานคร และบริเวณชายฝั่งด้าน ตะวันออกได้โดยง่าย และได้ประโยชน์ จากการที่อยู่ใจกลางย่านอุตสาหกรรม ชายฝั่งด้านตะวันออก และโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุน

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทอมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท:	อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
วันที่ก่อตั้ง:	6 มีนาคม 2532
เปลี่ยนเป็นบริษัทจำกัดมหาชน:	26 ธันวาคม 1994
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์:	14 กรกฎาคม 1997
ผู้ถือหุ้น:	ตระกูลกรมดิษฐ์: 28.49% Chase Nominees : 9.73% State Street Bank and Trust for Australia : 4.56% Somers (U.K.) : 3.72% ตระกูลยอดมณี : 3.70% คุณ ทวีฉัตร จุรงค์กุล : 3.24 % State Street Bank 3.07% and Bank of New York : 2.81 %
เงินทุนจดทะเบียน:	1,067,000,000 ราคา 1 บาท ต่อหุ้น
จำนวนสัญญาทั้งหมด (เฉพาะในประเทศไทย):	695
Commenced:	2532
พื้นที่ที่พัฒนาเรียบร้อยแล้ว:	3,020 ha (7,549 acres, 18,873 Rai)
โรงงานที่เปิดดำเนินการ:	454
โรงงานระหว่การก่อสร้าง:	30
โรงงานเซ็นสัญญา:	30
จำนวนโรงงานรวม:	514
สัญชาติ:	27
สัญชาติ	1. ญี่ปุ่น 60.46% 2. ไทย 17.36% 3. ยุโรป 7.11% 4. เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 3.77% 5. ไต้หวัน 3.56%

	6. USA & Canada 3.14% 7. Asia Others 1.67% 8. ออสเตรเลีย&แปซิฟิก 1.26% 9. จีน 0.84% 10. อินเดีย&ตะวันออกกลาง 0.42% 11. อเมริกาใต้ 0.42%
ประเภทอุตสาหกรรม	1. ยานยนต์ (32.64%) 2. เหล็ก โลหะ พลาสติก (25.52%) 3. เครื่องใช้ไฟฟ้า (14.02%) 4. สินค้าอุปโภค บริโภค (10.25%) 5. เคมีภัณฑ์ (9.83%) 6. บริการและสาธารณูปโภค (7.53%) 7. อื่นๆ (0.21%)
เงินทุนจดทะเบียน:	81,587,502,589
สินทรัพย์รวม ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์:	182,448,605,661
ยอดขาย (2551):	969,571,449,571
จำนวนประชากร (เฉพาะโรงงานที่ เปิดดำเนินการ):	140,000
ภาษีจ่าย:	8,406,102,529
กำไร/ขาดทุน:	44,076,102,529



รูปที่ 4-10 แผนที่ภายในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร²¹

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

²¹ นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ประเทศไทย.

BRIDGESTONE



DENSO



รูปที่ 4-11 ตัวอย่างของบริษัทต่างชาติที่มาลงทุนในนิคมอมตะนคร

ตารางที่ 4-2 ข้อมูลเปรียบเทียบนิคมทั้ง 3 แห่งของบริษัทอมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด²²

รายละเอียด	อมตะนคร, ประเทศไทย	อมตะซิตี้, ประเทศไทย	อมตะเบียน หัว, เวียดนาม
ปีที่ก่อตั้ง	1989	1995	1994
1) พื้นที่รวม (ไร่)	18,873	10,018	700 เฮกแตร์
2) จำนวนโรงงานทั้งหมด	514	128	112
% ญี่ปุ่น	60.46	28.70	42
% อเมริกา /แคนาดา	3.14	6.09	4 (เวียดนาม)
% ยุโรป	3.77	9.57	7 (เกาหลี)
% ไต้หวัน	3.56	5.22	16
% ไทย	17.36	20.87	3
% เอเชียอื่นๆ	1.67	9.57	14
% ยานยนต์	32.64	24.35	สิ่งทอ16%
% อิเล็กทรอนิกส์	14.02	13.91	ยา , เครื่องสำอาง 4%
% เคมีภัณฑ์	9.83	4.35	อิเล็กทรอนิกส์ 7%
% เหล็ก โลหะ พลาสติก	25.52	32.17	พลาสติกส์ 23%
% สินค้าอุปโภค-บริโภค	10.25		เคมีภัณฑ์ 23%

²² นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). "ข้อมูลเปรียบเทียบนิคมอุตสาหกรรมอมตะ 3 แห่ง."

			อื่นๆ 52%
3) จำนวนประชากรทั้งหมด	120,500	22,000	มากกว่า 4,000
4) เงินทุนจดทะเบียน/ ล้านบาท	84,107	31,348	
5) ที่ดิน, อาคาร, อุปกรณ์ สิทธิทรัพย์สิน			
รวม	386,002	45,038	USD 306

4.4 สวนอุตสาหกรรม เครื่องพัฒนา ศรีราชา จังหวัดชลบุรี (Sri Racha Industrial Park)

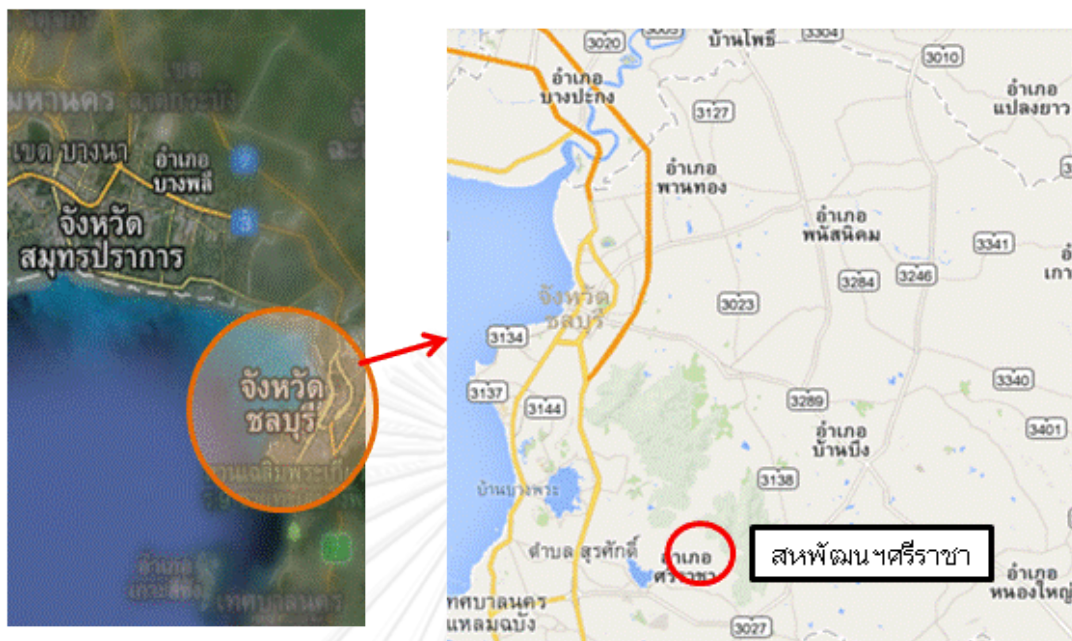
4.4.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)

บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งโดย ดร.เทียม โชควัฒนา ในปี พ.ศ. 2485 ภายใต้ชื่อ “เฮียบเซ่งเซียง” ที่ตรอกอานีเยกถนนทรงวาดด้วยเงินทุนเพียง 10,000 บาท โดยเริ่มจากการขายของเบ็ดเตล็ดที่สั่งซื้อจากฮ่องกง ต่อมาได้ขยายกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศในปี 2495 “เฮียบเซ่งเซียง” ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาทโดยนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายต่อมาได้สร้างโรงงานโดยร่วมทุนกับบริษัท ไล้ออน ประเทศญี่ปุ่น เพื่อผลิตยาสีฟัน แชมพู ผงซักฟอก และได้สร้างโรงงานผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาประสบความสำเร็จของผงซักฟอกไปบุนจิ้น และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมานั้น ทำให้บริษัทสหพัฒนพิบูลเริ่มขยายโรงงานไปที่ศรีราชาและได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นบริษัท มหาชนด้วยเงินทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาทในปีพ.ศ. 2521 ต่อมา ในปี พ.ศ. 2531 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท จนกระทั่งปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 600 ล้านบาท²³

4.4.2 เกี่ยวกับเครื่องพัฒนา

บริษัทสหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) เป็นจุดเริ่มต้นของเครื่องพัฒนา โดยเริ่มจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย ต่อมาได้พัฒนาไปสู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าและเป็นตัวแทนจำหน่าย อีกทั้งยังมีการร่วมทุนกับต่างประเทศในการผลิตสินค้าและบริการปัจจุบันเครื่องพัฒนาเติบโตใหญ่จนเป็นเครื่องบริษัทของคนไทยที่ใหญ่ที่สุดรายหนึ่ง มีบริษัทในเครือกว่า 200 บริษัท และมีสินค้าและบริการเป็นที่รู้จักหลากหลายกว่า 30,000 รายการ จากกว่า 1,000 แปรนต์ที่จำหน่ายในประเทศและส่งออกไปทั่วโลก สินค้าส่วนใหญ่ในเครื่องพัฒนาผลิตโดยตรงจากโรงงานในสวนอุตสาหกรรมของเครื่องพัฒนาทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ สวนอุตสาหกรรม ศรีราชา จ.ชลบุรี สวนอุตสาหกรรม กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี และสวนอุตสาหกรรมลำพูน จ.ลำพูน รวมพื้นที่ทั้งหมดถึง 6,000 ไร่ เครื่องพัฒนามีพนักงานรวมทั้งสิ้นกว่า 100,000 คนทั่วประเทศ

²³(มหาชน), บ. ส. จ. (2552). เกี่ยวกับสหพัฒน.



รูปที่ 4-12 ที่ตั้งของสวนอุตสาหกรรมสหพัฒน์ฯ ศรีราชา

4.4.3 สวนอุตสาหกรรม

- สวนอุตสาหกรรม ศรีราชา จ.ชลบุรี
ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2520 บนเนื้อที่กว่า 1,600 ไร่ ในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในโครงการมีโรงงานผลิตไฟฟ้า กำลังการผลิต 186 เมกะวัตต์ ระบบผลิตน้ำประปา ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง อ่างเก็บน้ำสนามบิน รวมไปถึงศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสหพัฒน์และสวนพักผ่อน ปัจจุบันมีโรงงานอยู่ทั้งสิ้นรวม 81 โรงงาน



รูปที่ 4-13 สวนอุตสาหกรรม ศรีราชา จ.ชลบุรี

- สวนอุตสาหกรรม กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี
ก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ. 2532 บนเนื้อที่กว่า 3,500 ไร่ ในเขตพื้นที่ตำบลนนทรี และ ตำบลวังตาล อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนประเภทกิจการเขตอุตสาหกรรม โดยอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนที่ 3 ในโครงการมีสถานี

ไฟฟ้าย่อยของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ระบบผลิตน้ำประปา ระบบบำบัดน้ำเสีย เต่าเผามูลฝอย อ่างเก็บน้ำ และสนามบิน ปัจจุบันมีโรงงานอยู่ ทั้งสิ้นรวม 33 โรงงาน



รูปที่ 4-14 สวนอุตสาหกรรม กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี

- สวนอุตสาหกรรมลำพูน จ.ลำพูน ก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ. 2532 บนเนื้อที่กว่า 1,200 ไร่ ในเขตพื้นที่ตำบลป่าสัก และตำบลเวียงยอง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ได้รับการส่งเสริมการ ลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ประเภทกิจการเขตอุตสาหกรรม โดยอยู่ในเขต ส่งเสริมการลงทุนที่ 3 ในโครงการมีสถานีไฟฟ้าย่อยของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ระบบผลิตน้ำอุปโภค ระบบบำบัดน้ำเสีย เต่าเผามูลฝอย อ่างเก็บน้ำ และสนามบิน ปัจจุบันมีโรงงานอยู่ทั้งสิ้นรวม 17 โรงงาน²⁴



รูปที่ 4-15 สวนอุตสาหกรรมลำพูน จ.ลำพูน

4.4.4 ข้อมูลทั่วไปของสวนอุตสาหกรรมศรีราชา เครือสหพัฒน์จังหวัดชลบุรี

ตั้งอยู่ศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาคตะวันออก เลขที่ 999 หมู่ 11, ตำบล หนองขาม, อำเภอ ศรีราชา, จังหวัดชลบุรี 20230 ก่อตั้งโครงการโดยบริษัทสหพัฒนา อินเวสเมนต์ จำกัด โดยบริษัทจัดตั้ง เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2515 ในนาม บริษัท สหพัฒนา อินเวสเมนต์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 6 ล้านบาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 800,000,000 บาท ทุนที่เรียกชำระแล้ว 494,034,300 บาท ประกอบธุรกิจหลัก 3 ประเภทได้แก่ ธุรกิจการลงทุนในหุ้นบริษัทต่าง ๆ ธุรกิจการให้เช่าและบริการ และธุรกิจสวนอุตสาหกรรม²⁵

²⁴ (มหาชน), บ. ส. จ. (2552). ข้อมูลเกี่ยวกับสหพัฒน์.

²⁵ จำกัด, บ. ส. (2552). ประวัติ ความเป็นมา ของบริษัท.

แผนที่การเดินทางมายัง สวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ ศรีราชา



รูปที่ 4-16 แผนที่ของสวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ ศรีราชา



รูปที่ 4-17 แผนที่ภายในสวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ศรีราชา



รูปที่ 4-18 สวนอุตสาหกรรม เครื่องสพัฒนา ศรีราชา

ปี 2517

- ได้ก่อตั้งโครงการสวนอุตสาหกรรม เครื่องสพัฒนา ศรีราชา ณ จังหวัดชลบุรี

ปี 2520

- เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปี 2527

- ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้งจำกัด



รูปที่ 4-19 บริษัทสหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้งจำกัด

ปี 2532

- ได้ก่อตั้งโครงการสวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒน์กบินทร์บุรี และ โครงการสวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒน์ ลำพูน

ปี 2537

- เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด

ปี 2547

- ได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากเลขที่ 2156 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 ไปยังเลขที่ 757/10 ซอยประดู่ 1 ถนน สาธุประดิษฐ์ แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 ซึ่งปัจจุบันเปลี่ยนเลขที่ 530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

ปี 2551

- ได้นำหุ้นของบริษัทที่เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่บริษัทฯ ถืออยู่ เข้าฝากในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Scripless) กับบริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (TSD)

การพัฒนาธุรกิจบริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด

ปี 2537

- ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางที่สวนอุตสาหกรรมศรีราชา ได้รับเกียรติบัตรจากชมรมสภาวะแวดล้อม

ปี 2542

- มีการปรับโครงสร้างการลงทุนให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมขึ้น

ปี 2545

- ด้านการกำกับดูแลกิจการ การประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7 (ชุดที่ 9) เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน ได้มีมติอนุมัตินโยบายในการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมธุรกิจ และจรรยาบรรณพนักงาน

- สวนอุตสาหกรรมทั้ง 3 แห่ง ได้เริ่มนำระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001: 2000 ด้านการพัฒนาที่ดินและบริการสาธารณูปโภคพื้นฐานมาใช้

ปี 2546

- เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นสามัญที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท

- มีการปรับองค์กรใหม่ โดยมี 2 หน่วยงานใหญ่ คือบริหาร 1 ดูแลและบริหารงานสำนักงานใหญ่ และบริหาร 2 ดูแลและบริหารงานสวนอุตสาหกรรม

- เมื่อวันที่ 26 กันยายน สวนอุตสาหกรรมทั้ง 3 แห่งได้ผ่านการตรวจรับรอง ISO 9001: 2000 จากสถาบันรับรองมาตรฐาน ไอ เอส โอ ด้านการพัฒนาที่ดิน และบริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน

ปี 2548

- ร่วมกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ศึกษาและทำโครงการส่งเสริมการใช้ก๊าซ NGV ในรถยนต์และรถบรรทุก แทนการใช้ น้ำมันที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น ในสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชา

ปี 2549

- เนื่องจากโครงการสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์กบินทร์บุรี มีปริมาณน้ำเสียจากโรงงานที่ผ่านการบำบัดแล้วเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการบริหารน้ำใช้อย่างยั่งยืน บริษัทฯจึงได้พัฒนาพื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจัดสร้างสนามกอล์ฟขนาดมาตรฐาน 18 หลุม ซึ่งสามารถรองรับปริมาณน้ำใช้ที่ผ่านการบำบัดแล้ว เข้ามาใช้ประโยชน์ ได้ในปริมาณมาก

ปี 2550

- สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชาเข้าร่วมโครงการยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้วยระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 สนับสนุนโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และสถาบันรับรองมาตรฐาน ไอเอสโอ

ปี 2551

- คณะกรรมการบริษัทมีมติแต่งตั้งนางดรุณี สุนทรธำรง เป็นเลขานุการบริษัท เมื่อวันที่ 12

พฤษภาคม

- คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กฎบัตรคณะกรรมการบริหารและอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของกรรมการผู้จัดการใหญ่ เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 19 ธันวาคม เป็นต้นไป

- สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชา ได้รับการรับรองระบบการจัดการ สิ่งแวดล้อม ISO

14001:2004 ของระบบ Central Waste Water Treatment จาก TUV NORD(Thailand) Ltd.
ตามใบ Certificate Registration No. 44 104 082444 วันที่ 20 สิงหาคม
ปี 2552

- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสหพัฒน์ ลำพูน ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ของระบบ Central Waste Water Treatment จากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสหพัฒน์ ศรีราชา ได้รับเกียรติบัตรจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่ปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2552 (Standard for Social Responsibility (CSR-DIW) B.E. 2552) เมื่อวันที่ 22 กันยายน
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสหพัฒน์ ศรีราชา ได้รับการรับรองระบบการจัดการมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.8001-2546) ระดับสมบูรณ์ขั้นริเริ่ม จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน วันที่ 23 กันยายน
- ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางที่สวนอุตสาหกรรมเครื่องสหพัฒน์ ศรีราชา และสวนอุตสาหกรรมเครื่องสหพัฒน์กบินทร์บุรี ได้รับเกียรติบัตรจากกระทรวงอุตสาหกรรม ให้เป็นสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่ดำเนินงาน ตามหลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม
- สวนอุตสาหกรรมทั้ง 3 แห่ง ที่ได้ผ่านการตรวจรับรอง ISO 9001:2000 จากสถาบันรับรองมาตรฐาน ไอเอสโอ ด้านการพัฒนาที่ดินและบริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้ยกระดับเป็น ISO 9001:2008
- จัดตั้งศูนย์วิจัยพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานขึ้นที่อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรืออุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industries) เป็นการดำเนินการในรูปแบบอุตสาหกรรมเชิงนิเวศน์ (Eco Town)

ปี 2553

- ศูนย์วิจัยพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานได้ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูลด้านกายภาพ เศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อมของพื้นที่และชุมชนรอบรัศมี 60 กิโลเมตร เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินการจัดตั้งอุตสาหกรรมเชิงนิเวศน์ (Eco Town)
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสหพัฒน์ กบินทร์บุรี ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ของระบบ Central Waste Water Treatment จากสำนักรับรองระบบคุณภาพ (สสร.) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว) และได้รับเกียรติบัตรจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นสถานประกอบการอุตสาหกรรม ที่ปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการ ความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2553 (Standard for Social Responsibility (CSR-DIW) B.E. 2553)
- แก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิข้อ 3 วัตถุประสงค์ของบริษัท โดยให้แก้ไขข้อและเพิ่มเติมอีก 4 ข้อ จากวัตถุประสงค์เดิม 37 ข้อ รวมเป็นวัตถุประสงค์ทั้งสิ้น 41 ข้อ
- แก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับของบริษัทข้อ 30 และยกเลิกข้อ 18 และข้อ 65 ดังนั้น ข้อบังคับของบริษัท ลดลงจากเดิม 65 ข้อ เป็น 63 ข้อ

ปี 2554

- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนา ศรีราชาได้รับประกาศนียบัตรจากกระทรวงอุตสาหกรรม ในส่วนของระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง ให้เป็นระบบบำบัดน้ำเสียรวมได้รับมาตรฐานโรงงานจัดการกากอุตสาหกรรม 'ระดับเหรียญทอง' ภายใต้ 'โครงการยกระดับผู้ประกอบการจัดการของเสีย' ประจำปีงบประมาณ 2554
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนา ลำพูนได้รับเกียรติบัตรการกระทรวงอุตสาหกรรม ให้เป็นสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่ปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2554 (Standard for social responsibility (CSR-DIW) B.E. 2554)
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนา กบินทร์บุรี ได้รับเกียรติบัตรจากศูนย์ปฏิบัติการต่อสู้เพื่อเอาชนะยาเสพติดจังหวัดปราจีนบุรี ให้เป็นนิคมอุตสาหกรรมสีขาวป้องกันยาเสพติด ประจำปี พ. ศ. 2554
- ศูนย์วิจัยพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน จังหวัดราชบุรี ได้ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปนิทรรศการเคลื่อนที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และพลังงานเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกทดแทน รูปแบบต่าง ๆ ทั้ง พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ พลังงานชีวมวล และให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย การคัดแยกขยะ และนำหลักการการบริหารจัดการขยะมูลฝอยให้กับนักเรียนโรงเรียนรอบๆ พื้นที่
- เพิ่มหน่วยงาน บริหารและพัฒนาองค์กร และกลยุทธ์บริหารการลงทุน ปี 2555
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนาได้รับประกาศนียบัตรจากกระทรวงอุตสาหกรรมในเรื่องของการปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคมอย่างต่อเนื่องพ.ศ. 2555 (Standard for Corporation Social Responsibility (CSR-DIW) B.E. 2555) CSR-DIW Continuous Award
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนาศรีราชาและลำพูนได้รับการคัดเลือกจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นสมาชิกเครือข่าย CSR-DIW Network ตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม Standard for Corporation Social Responsibility (CSR-DIW Network Center)
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนาศรีราชาได้รับมอบประกาศเกียรติคุณจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมได้ผ่านเกณฑ์การตรวจประเมินตามโครงการระบบการจัดการพลังงาน (EnMS-DIW) ในส่วนของระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง (Central Waste Water Treatment) ภายใต้โครงการตรวจประเมินเพื่อรองรับระบบการจัดการพลังงานตามมาตรฐานสากล (ISO 50001) โดยได้ดำเนินการจัดทำรูปแบบการประหยัดพลังงานไฟฟ้าลง 5% เมื่อเทียบกับค่าไฟฟ้าปี 2554
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนา ศรีราชากบินทร์บุรี และลำพูน ได้รับการรับรองระบบอย่างต่อเนื่องจากการบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐานเลขที่มอก. 9001 - 2552 (ISO 9001:2008) ขอบข่ายการรับรอง “การพัฒนาที่ดินและการให้บริการระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน” โดยสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ (Management System Certification Institute (Thailand), Foundation For Industrial Development)
- สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนาศรีราชาได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 จากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว) ภายใต้ขอบข่าย การ

ดูแลระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง

- สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ศรีราชาได้รับรางวัลดีเด่นนวัตกรรมเทคโนโลยีสีเขียว "Green Industrial Park"
- สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชา ได้รับมอบโล่รางวัลดีเด่นด้าน Green Industrial Park จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2555
- สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ศรีราชา และกบินทร์บุรี ได้ร่วมดำเนินการเข้าสู่โครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงนิเวศเชิงพื้นที่ (Eco Industrial Complex) ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย เป็นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในส่วนที่เกี่ยวข้องรวม 5 มิติ ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม สังคม กายภาพ และการบริหารจัดการ
- สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ลำพูนได้ดำเนินการจัดทำพื้นที่ไร่นาสวนผสมภายใต้ “โครงการเศรษฐกิจพอเพียงดร.เทียมโซควัฒนาจังหวัดลำพูน” เพื่อให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ความสมดุลระหว่างการเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเชิงนิเวศน์ ตลอดจนถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ชุมชนโดยรอบพื้นที่สวนอุตสาหกรรม

การขยายธุรกิจของบริษัทสหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้งจำกัด

ปี 2540

- ร่วมกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ จัดงาน SAHA GROUP EXPORT'98 โดยเน้นตลาดต่างประเทศ

ปี 2541

- ร่วมกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ จัดงาน SAHA GROUP EXPORT & TRADE EXHIBITION เน้นทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศ และได้จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

ปี 2545

- มีการขายที่ดินในสวนอุตสาหกรรม ให้กับบุคคลภายนอกเป็นครั้งแรก โดยขายที่ดินในสวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์ ลำพูน ให้แก่ บริษัทแอบบีเคเรสต์ (ประเทศไทย) ซึ่งประกอบธุรกิจเครื่องประดับ

ปี 2550

- ได้จดทะเบียนเพิ่มสาขาที่ 4 ที่ 196 หมู่ที่ 11 ตำบลวังตาลอำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี เป็นการเพิ่มธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟโดยใช้ชื่อว่าสนามกอล์ฟกบินทร์บุรีสปอร์ตคลับ

ปี 2552

- ได้จดทะเบียนเพิ่มอีก 1 สาขาเป็นสาขาที่ 5 ที่ 269 หมู่ที่ 15 ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เนื่องจาก บริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจไปยังอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

- งาน SAHA GROUP EXPORT & TRADE EXHIBITION เปลี่ยนเป็นงาน SAHA GROUP FAIR

ปัจจุบันสวนอุตสาหกรรมมีเนื้อที่ประมาณ 1,600 ไร่ และมีโรงงานอยู่ทั้งสิ้นรวม 81 โรงงาน ซึ่งมีระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ดังนี้

- โรงงานผลิตไฟฟ้า

โรงงานผลิตไฟฟ้าขนาดกำลังการผลิต 174 เมกะวัตต์ ที่สามารถสำรองไฟฟ้าได้อย่างเพียงพอตลอด 24 ชั่วโมง ดำเนินการโดย บริษัท สหโคเจน (ชลบุรี) จำกัด (มหาชน) ซึ่งบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตจำหน่ายไฟฟ้าจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน กระทรวงพลังงาน นอกจากนี้ ใอน้ำที่เหลือจากการผลิตไฟฟ้าจะจำหน่ายให้แก่โรงงานต่าง ๆ ภายในสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ด้วย

- ระบบผลิตน้ำประปา
ระบบผลิตน้ำประปาที่มีกำลังการผลิต 20,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน
- ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง
ระบบผลิตน้ำประปาที่มีกำลังการผลิต 20,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน
- สนามบิน
สนามบินที่ได้รับอนุญาตจากกรมการขนส่งทางอากาศ
- ส่วนบริการเสริมธุรกิจ
ส่วนบริการเสริมธุรกิจซึ่งเป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มสหพัฒน์ภายใต้สัญลักษณ์ “Thailand Best” ดำเนินการโดยบริษัท กบินทร์พัฒนกิจ จำกัด
- อ่างเก็บน้ำ
อ่างเก็บน้ำที่สามารถสำรองน้ำดิบได้จำนวน 850,000 ลูกบาศก์เมตร
- สวนพักผ่อน
สักการะท้าวมหาพรหม²⁶



²⁶ จำกัด, บ. ส. (2552). ประวัติ ความเป็นมา.



รูปที่ 4-20 ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

- ISO 9001:2008
ระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2008 ด้านการพัฒนาที่ดิน และ บริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน
- ISO 14001:2004
สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชา ได้รับการรับรองระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ของระบบ Central Waste Water Treatment จาก สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) TISTR



รูปที่ 4-21 ISO 9001:2008 และ ISO 14001:2004

4.5 ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น

การเก็บข้อมูลจากอพาร์ทเมนต์ที่ให้เช่าสำหรับชาวญี่ปุ่น โดยวิธีการเลือกโครงการที่เข้าไป สัมภาษณ์จะอาศัยการสอบถามจากชาวญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในนิคมที่ต้องการศึกษาว่าพักอาศัยอยู่ที่ ไตบ้าง และสุ่มเลือกสัมภาษณ์และดูสภาพทางกายภาพของโครงการนั้นๆ ตามทำเลที่เลือกศึกษา

4.5.1 Green Life Sriracha

ตารางที่ 4-3 บทสัมภาษณ์คุณนุชรี ทองสุข ผู้จัดการ Green Life Sriracha

คำถาม	คำตอบจากการสัมภาษณ์	
1	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-ชาวญี่ปุ่น 100%
2	ประเภทของห้องพัก	-สตูดิโอ 51 ตารางเมตร -1 ห้องนอน 51 ตารางเมตร ค่าเช่า 50,000-60,000 บาทต่อเดือน -2 ห้องนอน 68 ตารางเมตร ค่าเช่า 70,000-90,000 บาทต่อเดือน
3	พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	-สระว่ายน้ำ -กล้อง cctv -ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง -Fitness -บริการ laundry -ตู้เย็น ทีวี wifi Safety box อ่างอาบน้ำ ห้องครัว
4	ระดับของผู้พักอาศัยชาวญี่ปุ่น	ส่วนใหญ่เป็นระดับผู้บริหาร จนกระทั่งถึงระดับวิศวกร ส่วนใหญ่ทำงานในนิคมอมตะนคร, อีสเทิร์นซีบอร์ด, สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒนาศรีราชา
5	จุดเด่นของโครงการ	- ใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น (คาราโอเกะ) สามารถเดินกลับที่พักได้เลยหลังการสังสรรค์ - เน้นความปลอดภัย - มีเจ้าของเป็นชาวญี่ปุ่น สามารถดูแลลูกค้าได้ตลอด



รูปที่ 4-22 ที่พักราคาดี Green Life Sriracha

4.5.2 Stella Sriracha

ตารางที่ 4-4 บทสัมภาษณ์พนักงานต้อนรับ Stella Sriracha

คำถาม		คำตอบจากการสัมภาษณ์
1	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-ชาวญี่ปุ่น 100%
2	ประเภทของห้องพัก	-สตูดิโอ 42-44 ตารางเมตรค่าเช่า 40,000-60,000 บาทต่อเดือน -1 ห้องนอน 68.4 ตารางเมตรค่าเช่า 60,000-80,000 บาทต่อเดือน -2 ห้องนอน 104.04 ตารางเมตร ค่าเช่า 90,000-100,000 บาทต่อเดือน
3	พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	-สระว่ายน้ำ -กล้อง cctv -ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง -Fitness -บริการ laundry -Jacuzzi&Sauna -ตู้เย็น ทีวี wifi Safety box อ่างอาบน้ำ ห้องครัว -หนังสือพิมพ์ญี่ปุ่น
4	ระดับของผู้พักอาศัยชาวญี่ปุ่น	ส่วนใหญ่เป็นระดับผู้บริหาร จนกระทั่งถึงระดับวิศวกร ส่วนใหญ่ทำงานในนิคมอมตะนคร, อีสเทิร์นซีบอร์ด, สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒนาฯศรีราชา
5	จุดเด่นของโครงการ	- ใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น - เน้นความปลอดภัย - พื้นที่ห้องพักที่กว้าง



รูปที่ 4- 23 ที่พักรักษา Stella Sriracha

4.5.3 P.R. Home

ตารางที่ 4-5 บทสัมภาษณ์คุณสุวิษ และคุณผิวผ่อง รังสิตพล P.R. Home ถนนสุขุมวิทซอย 49

คำถาม		คำตอบจากการสัมภาษณ์
1	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-ชาวญี่ปุ่น 80% ชาวต่างชาติสัญชาติอื่นๆ 20%
2	ประเภทของห้องพัก	-2 ห้องนอน 180 ตารางเมตรค่าเช่า 60,000-70,000 บาทต่อเดือน -3 ห้องนอน 250-350 ตารางเมตรค่าเช่า 90,000-100,000 บาทต่อเดือน -4 ห้องนอน 350-380 ตารางเมตร ค่าเช่า 110,000-120,000 บาทต่อเดือน
3	พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	-สระว่ายน้ำ -กล้อง cctv -ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง -Fitness -บริการ laundry -Jacuzzi&Sauna -ตู้เย็น ทีวี wifi Safety box อ่างอาบน้ำ ห้องครัว
4	แนวคิดหรือ Concept ของโครงการ	ต้องการให้ลูกค้าอยู่แบบ Home จึงดูแลลูกค้าให้รู้สึกเหมือนอยู่บ้าน อยู่กับครอบครัวหรือเป็นเพื่อนกัน
5	จุดเด่นของโครงการ	-ความสงบ ร่มรื่น -พื้นที่ที่พักอาศัยกว้าง -มีสนามหญ้ากว้างๆ สำหรับเด็กๆวิ่งเล่น -สะดวกสบายในการเดินทาง -มีรถรับ-ส่งบริการไปถนนใหญ่ถึงรถไฟฟ้า -ที่จอดรถเยอะ และอยู่ด้านหน้า จอดรถได้สะดวก ²⁷

²⁷ จำกัต์, บ. K. (3 มิถุนายน 2553). บทสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment.



รูปที่ 4-24 ที่พักอาศัย P.R. Home ถนนสุขุมวิทซอย 49

4.5.4 Narindra Residence

ตารางที่ 4-6 บทสัมภาษณ์คุณอารยัน นารุลาNarindra Residenceถนนสุขุมวิทซอย 33

คำถาม		คำตอบจากการสัมภาษณ์
1	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-ชาวญี่ปุ่น 100%
2	ประเภทของห้องพัก	-1 ห้องนอน 48-55 ตารางเมตรค่าเช่า 60,000-70,000 บาทต่อเดือน -2 ห้องนอน 78-80 ตารางเมตร ค่าเช่า 80,000-90,000 บาทต่อเดือน
3	พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	-สระว่ายน้ำ -กล้อง cctv -ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง -Fitnessบริการ laundryJacuzzi&Sauna -ตู้เย็น ทีวี wifi Safety box อ่างอาบน้ำ ห้องครัว
4	แนวคิดหรือ Concept ของโครงการ	สร้างห้องให้เหมือนคอนโด คือห้องโปร่งโล่งและ สว่าง เน้นการอยู่สบายของลูกค้า เป็นคล้ายๆคอนโดแต่มีเซอร์วิสเล็กๆไว้บริการเพื่อให้ลูกค้าประทับใจมากที่สุด
5	จุดเด่นของโครงการ	-การออกแบบหน้าตึก เพราะภายนอกตึกสวยแม้แต่กำแพงก็ต้องเน้นความพิเศษ ความสวยงามเพื่อที่ลูกค้าจะได้สนใจรูปลักษณ์ภายนอกก่อนถ้าลูกค้าสนใจก็จะเดินเข้ามา ใช้กระจกในการสร้างมากเพื่อทำให้พื้นที่ที่มีอยู่น้อยดูกว้างขึ้นทำให้เป็นจุดเด่นและจุดสนใจของลูกค้า -ที่จอดรถเยอะ และอยู่ด้านหน้า จอดรถได้สะดวก ²⁸

²⁸ จำกัต์, บ. K. (24 มิถุนายน 2553). บทสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment.

4.5.5 Burgundy Place

ตารางที่ 4-7 บทสัมภาษณ์คุณวนิษา ทั้งสกุลทอง Burgundy Place สุขุมวิท ซอย 55

คำถาม		คำตอบจากการสัมภาษณ์
1	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-ชาวญี่ปุ่น 60% ชาวต่างชาติสัญชาติอื่นๆ 40%
2	ประเภทของห้องพัก	-1 ห้องนอน 48-55 ตารางเมตรค่าเช่า 70,000-80,000 บาท ต่อเดือน -2 ห้องนอน 78-80 ตารางเมตร ค่าเช่า 80,000-100,000 บาทต่อเดือน
3	พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	-สระว่ายน้ำ -กล้อง cctv -ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง -Fitness -บริการ laundry -Jacuzzi&Sauna -ตู้เย็น ทีวี wifi Safety box อ่างอาบน้ำ ห้องครัว
4	แนวคิดหรือ Concept ของโครงการ	ดีกรูปแบบหรูหรา สไตล์ยุโรป
5	จุดเด่นของโครงการ	-ตั้งอยู่ศูนย์กลางธุรกิจและสะดวกสบายในการเดินทาง ไม่ต้องเข้าซอยลึก -อยู่ใกล้แหล่ง Shopping แหล่งบันเทิง



รูปที่ 4-25 ที่พักอาศัย Burgundy Place สุขุมวิท ซอย 55



บทที่ 5 ผลการศึกษา

จากผลการวิจัยที่ได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง
ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี โดยแจกแบบสอบถามไปทั้งสิ้น 450 ชุด
แต่คัดแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด 328 ชุดในจังหวัดสมุทรปราการ และ 72 ชุดในจังหวัดชลบุรี
และนำแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ มาทำการวิเคราะห์โดยวิธี

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยสรุปเป็นรายงานจากแบบสอบถาม ซึ่งอยู่ในรูปแบบ
ของตารางค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสำรวจ โดยในการพรรณนาเชิง
วิเคราะห์ โดยสรุปเป็นประเด็นซึ่งเป็นแนวความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาม
วัตถุประสงค์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้คือ

1. ข้อมูลทั่วไป ด้านสังคม และเศรษฐกิจ
2. ข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามา
ประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

จาก **วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** ซึ่งเป็นการศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับ
ใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

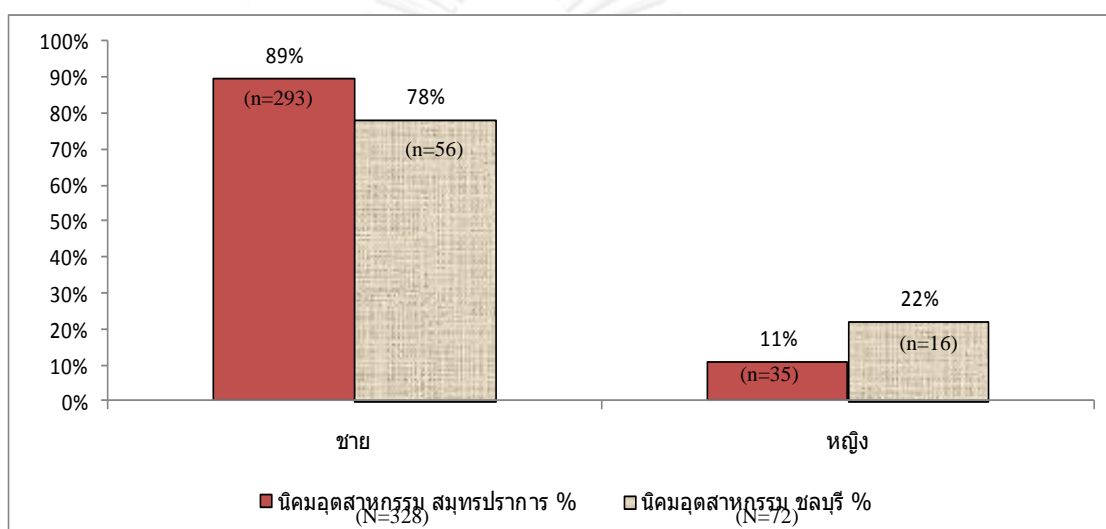
5.1 ข้อมูลทั่วไป สภาพสังคมและเศรษฐกิจ

5.1.1 เพศ

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นเพศชายร้อยละ
89 จังหวัดชลบุรี เป็นเพศชายร้อยละ 77.8

ตารางที่ 5-1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

เพศ	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	293	89	56	78
หญิง	35	11	16	22



แผนภูมิที่ 5-1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

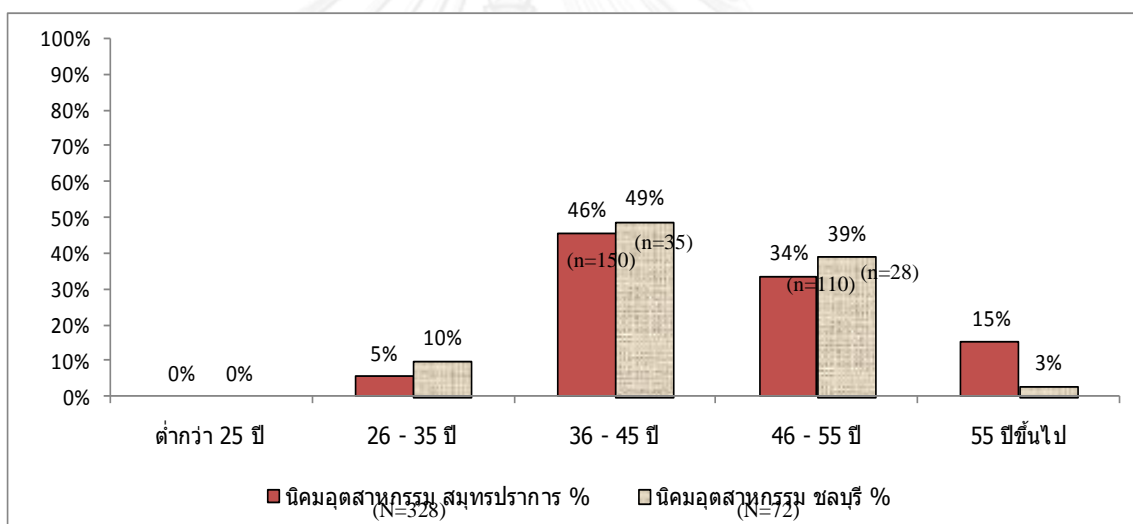
5.1.2 อายุ

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีอายุ 36-45 ปี ร้อยละ 46 รองลงมาคือ อายุ 46 - 55 ปี ร้อยละ 34

และในจังหวัดชลบุรี มีอายุ 26 - 35 ปี ร้อยละ 48.6รองลงมาคือ อายุ 46 - 55 ปี ร้อยละ 38.9

ตารางที่ 5-2 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

อายุ	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	0	0	0	0
26 - 35 ปี	18	5	7	10
36 - 45 ปี	150	46	35	49
46 - 55 ปี	110	34	28	39
55 ปีขึ้นไป	50	15	2	3



แผนภูมิที่ 5-2 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

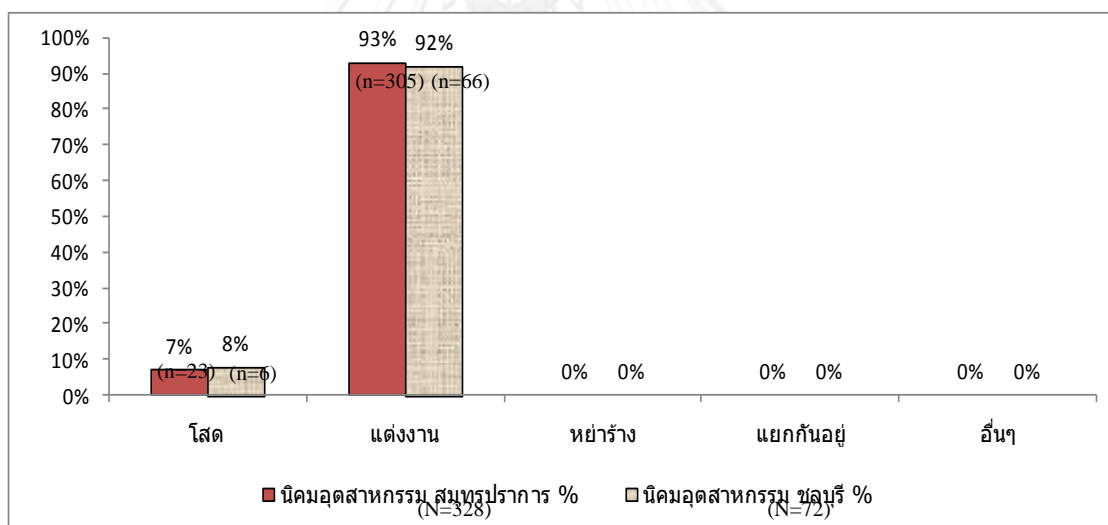
5.1.3 สถานภาพ

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ แต่งงานแล้ว ร้อยละ 93 รองลงมาคือโสด ร้อยละ 7

และในจังหวัดชลบุรี แต่งงานแล้ว ร้อยละ 91.7 รองลงมาคือโสด ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 5-3 แสดงสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

สถานภาพ	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	23	7	6	8
แต่งงาน	305	93	66	92
หย่าร้าง	0	0	0	0
แยกกันอยู่	0	0	0	0
อื่นๆ	0	0	0	0



แผนภูมิที่ 5-3 แสดงสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

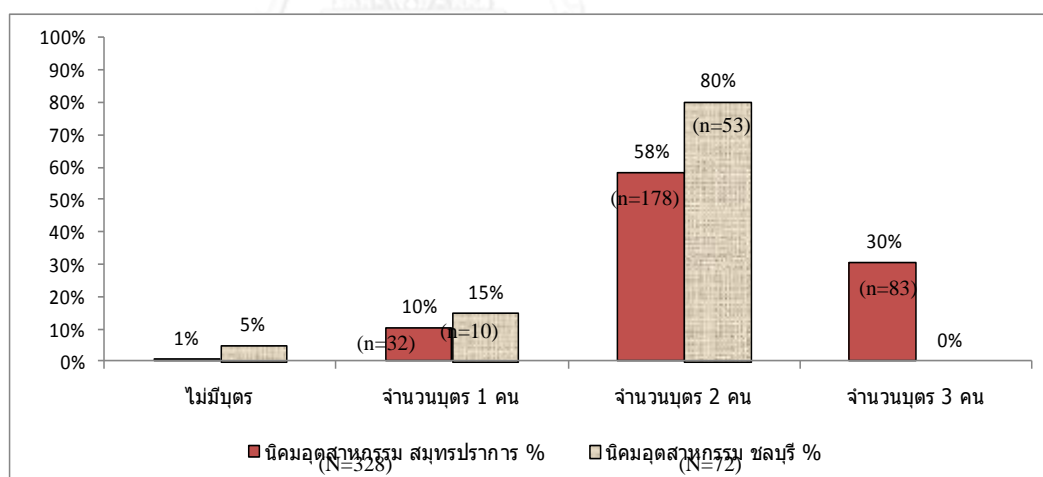
5.1.3.1 สถานภาพแต่งงาน

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนบุตร 2 คน ร้อยละ 58 รองลงมาคือมีจำนวนบุตร 3 คน ร้อยละ 30

และในจังหวัดชลบุรี มีจำนวนบุตร 2 คน ร้อยละ 80.3 รองลงมาคือมีจำนวนบุตร 1 คน ร้อยละ 15.2

ตารางที่ 5-4 แสดงสถานภาพแต่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี

สถานภาพแต่งงาน	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีบุตร	2	1	3	5
จำนวนบุตร 1 คน	32	10	10	15
จำนวนบุตร 2 คน	178	58	53	80
จำนวนบุตร 3 คน	93	30	0	0



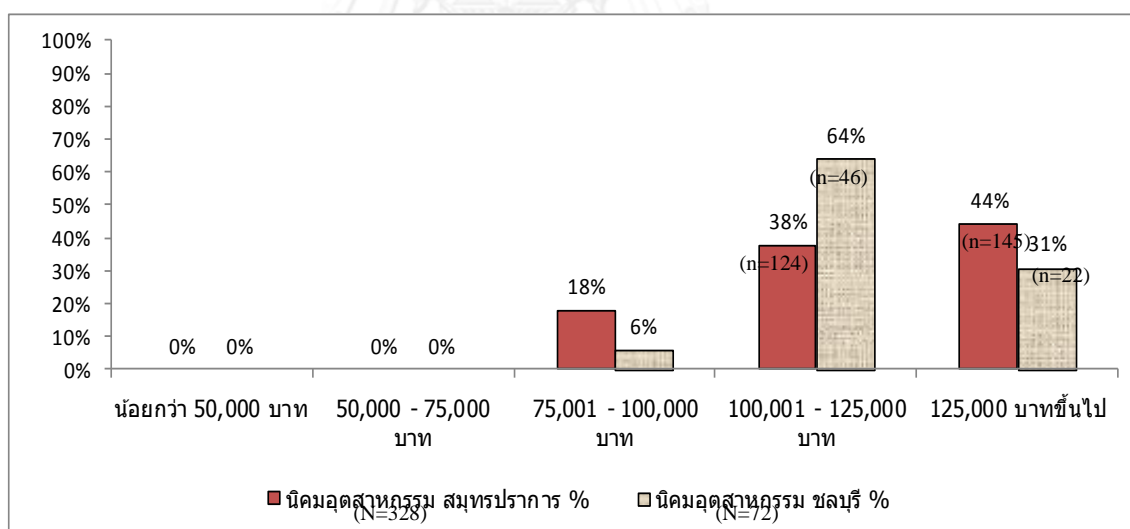
แผนภูมิที่ 5-4 แสดงสถานภาพแต่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี

5.1.4 รายได้ต่อเดือน

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีรายได้ต่อเดือน 125,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 44 รองลงมาคือ 100,001 - 125,000 บาท ร้อยละ 38 และ 75,001 - 100,000 บาท ร้อยละ 20.4

และในจังหวัดชลบุรี มีรายได้ต่อเดือน 100,001 - 125,000 บาท ร้อยละ 63.9 รองลงมาคือ 125,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 30.6 และ 75,001 - 100,000 บาท ร้อยละ 5.6 ตารางที่ 5-5 แสดงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

รายได้ต่อเดือน	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50,000 บาท	0	0	0	0
50,000 - 75,000 บาท	0	0	0	0
75,001 - 100,000 บาท	59	18	4	6
100,001 - 125,000 บาท	124	38	46	64
125,000 บาทขึ้นไป	145	44	22	31



แผนภูมิที่ 5-5 แสดงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

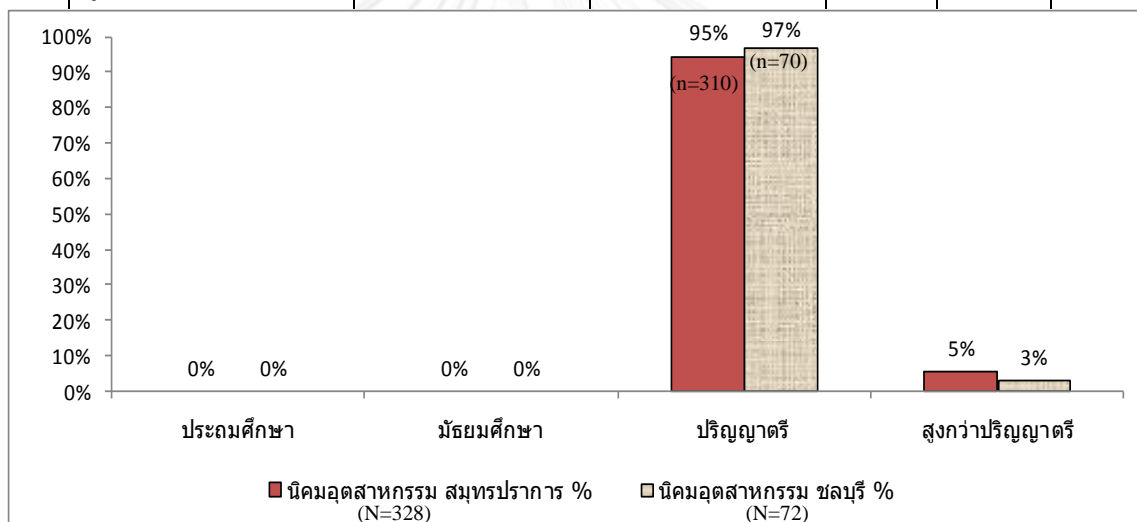
5.1.5 ระดับการศึกษา

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 95 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 5

และในจังหวัดชลบุรีมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 97.2 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 2.8

ตารางที่ 5-6 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ
ชลบุรี

ระดับการศึกษา	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0	0	0
มัธยมศึกษา	0	0	0	0
ปริญญาตรี	310	95	70	97
สูงกว่าปริญญาตรี	18	5	2	3



แผนภูมิที่ 5-6 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ
และชลบุรี

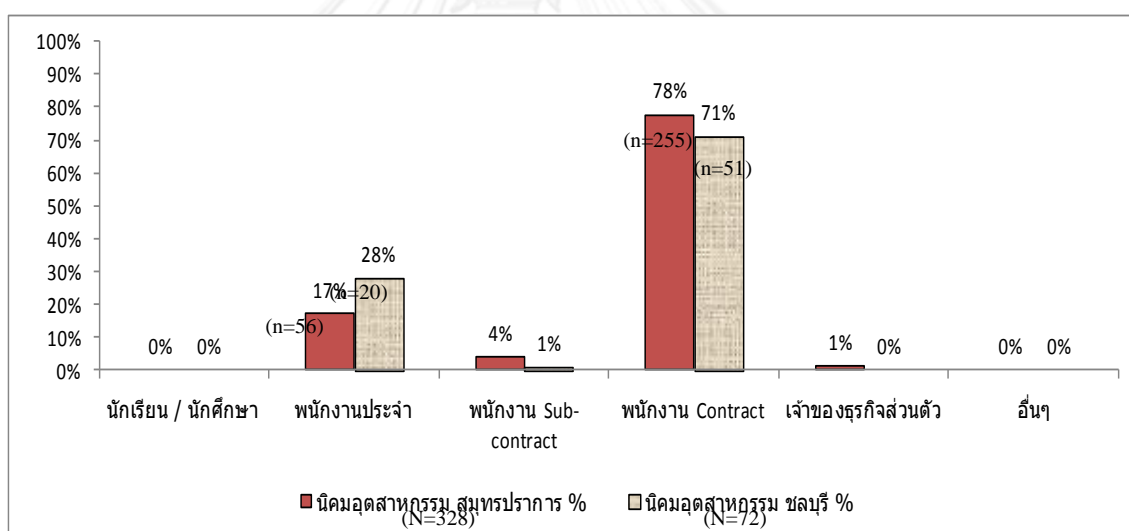
5.1.6 อาชีพ

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีอาชีพเป็นพนักงาน
Contract ร้อยละ 78 รองลงมาคือ พนักงานประจำ ร้อยละ 17

และในจังหวัดชลบุรี มีอาชีพพนักงาน Contract ร้อยละ 70.8 รองลงมาคือ พนักงานประจำ
ร้อยละ 27.8

ตารางที่ 5-7 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

อาชีพ	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	0	0	0	0
พนักงานประจำ	56	17	20	28
พนักงาน Sub-contract	13	4	1	1
พนักงาน Contract	255	78	51	71
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	4	1	0	0
อื่นๆ	0	0	0	0



แผนภูมิที่ 5-7 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

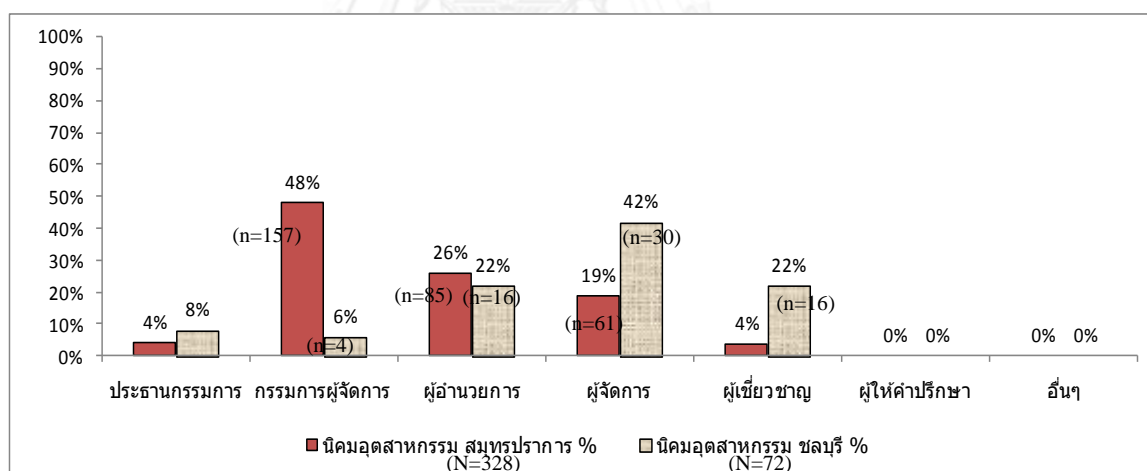
5.1.7 ตำแหน่งในการทำงาน

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 48 รองลงมาคือผู้อำนวยการ ร้อยละ 26

และในจังหวัดชลบุรี มีตำแหน่งผู้จัดการ/พนักงานระดับหัวหน้างาน ร้อยละ 41.7 รองลงมาคือผู้อำนวยการ และผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ชำนาญพิเศษในสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 22.2 และประธานกรรมการบริหาร ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 5-8 แสดงตำแหน่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ
ชลบุรี

ตำแหน่งงาน	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประธานกรรมการ	13	4	6	8
กรรมการผู้จัดการ	157	48	4	6
ผู้อำนวยการ	85	26	16	22
ผู้จัดการ	61	19	30	42
ผู้เชี่ยวชาญ	12	4	16	22
ผู้ให้คำปรึกษา	0	0	0	0
อื่นๆ	0	0	0	0



แผนภูมิที่ 5-8 แสดงตำแหน่งงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและ
ชลบุรี

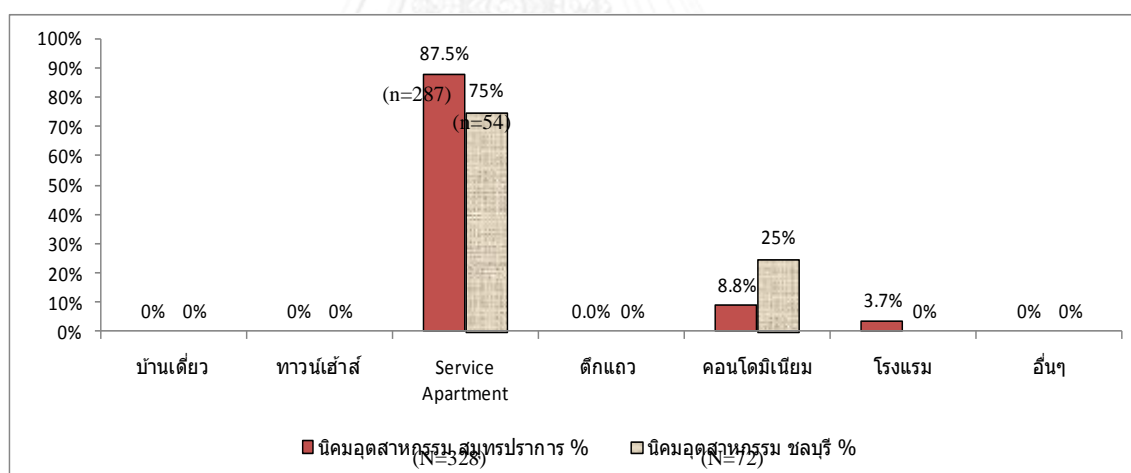
5.1.8 ประเภทของบ้านพัก

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการอยู่อาศัยใน Service Apartment ร้อยละ 87.5 รองลงมาคือคอนโดมิเนียม ร้อยละ 8.8 และโรงแรม ร้อยละ 3.7

และในจังหวัดชลบุรีอยู่อาศัยใน Service Apartment ร้อยละ 75 รองลงมาคือคอนโดมิเนียม ร้อยละ 25

ตารางที่ 5-9 แสดงประเภทของบ้านพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการ และชลบุรี

ประเภทของบ้านพัก	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	0	0	0	0
ทาวน์เฮ้าส์	0	0	0	0
Service Apartment	287	88	54	75
ตึกแถว	0	0	0	0
คอนโดมิเนียม	29	9	18	25
โรงแรม	12	4	0	0
อื่นๆ	0	0	0	0



แผนภูมิที่ 5-9 แสดงประเภทของบ้านพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

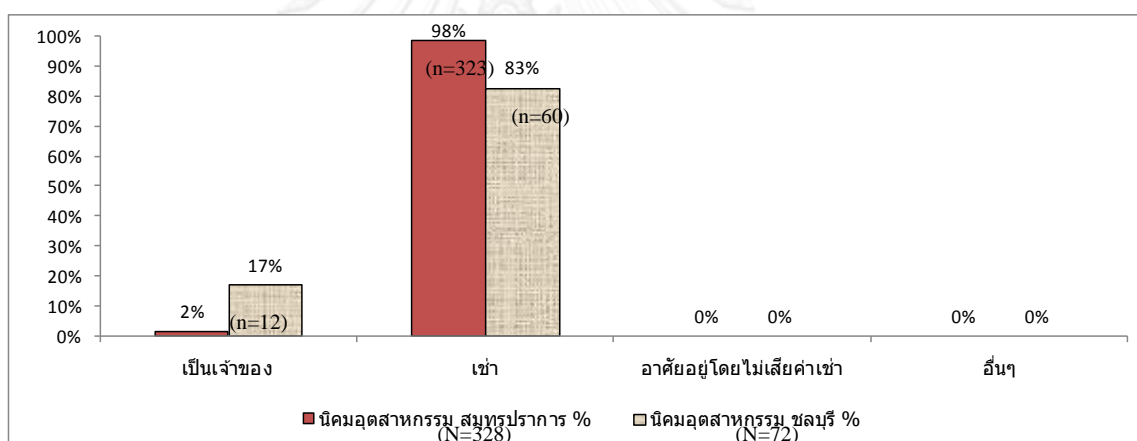
5.1.8 ลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัย

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่า ร้อยละ 98.5 รองลงมาคือเป็นเจ้าของ ร้อยละ 1.5

และในจังหวัดชลบุรีมีลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่า ร้อยละ 83.3 รองลงมาคือเป็นเจ้าของ ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 5-10 แสดงลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน
จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

ลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัย	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเจ้าของ	5	2	12	17
เช่า	323	98	60	83
อาศัยอยู่โดยไม่เสียค่าเช่า	0	0	0	0
อื่นๆ	0	0	0	0



แผนภูมิที่ 5-10 แสดงลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน
จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

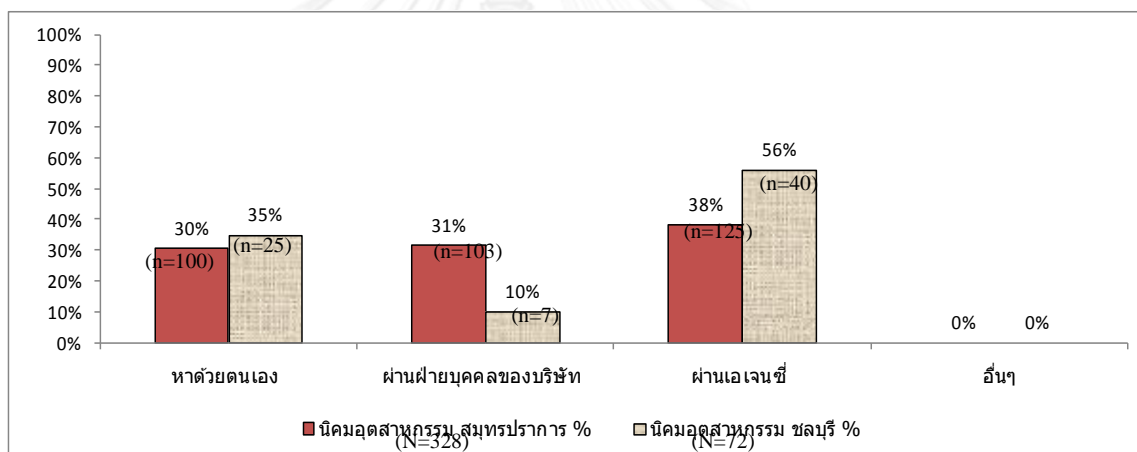
5.1.9 ช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัย

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัยผ่านเอเจนซีร้อยละ 38.1 รองลงมาคือผ่านฝ่ายบุคคลของบริษัทร้อยละ 31.4 และหาด้วยตนเอง ร้อยละ 30.5

และในจังหวัดชลบุรี มีช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัยผ่านเอเจนซีร้อยละ 55.6 รองลงมาคือหาด้วยตนเองร้อยละ 34.7 และผ่านฝ่ายบุคคลของบริษัทร้อยละ 9.7

ตารางที่ 5-11 แสดงช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

ช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัย	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หาด้วยตนเอง	100	30	25	35
ผ่านฝ่ายบุคคลของบริษัท	103	31	7	10
ผ่านเอเจนซี	125	38	40	56
อื่นๆ	0	0	0	0



แผนภูมิที่ 5-11 แสดงช่องทางการหาเช่าที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

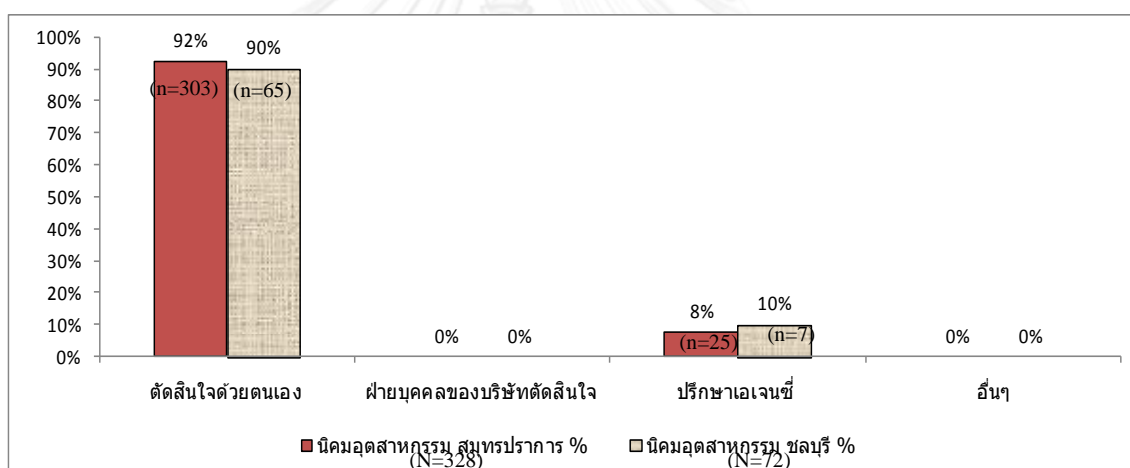
5.1.10 การตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัย

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีการตัดสินใจด้วยตนเองร้อยละ 92.4 รองลงมาคือตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยโดยปรึกษาเอเจนซี ร้อยละ 7.6

และในจังหวัดชลบุรีมีการตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 90.3 รองลงมาคือตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยโดยปรึกษาเอเจนซี ร้อยละ 9.7

ตารางที่ 5-12 แสดงการตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

การตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัย	จังหวัด			
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	303	92	65	90
ฝ่ายบุคคลของบริษัทตัดสินใจ	0	0	0	0
ปรึกษาเอเจนซี่	25	8	7	10
อื่นๆ	0	0	0	0



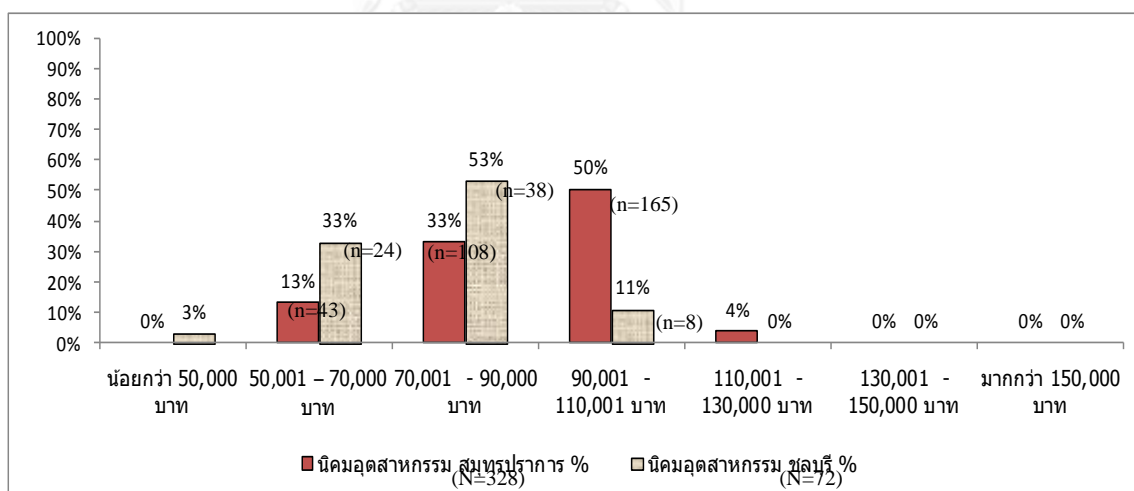
แผนภูมิที่ 5-12 แสดงการตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

5.1.11 ราคาเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัย

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีราคาเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัย 90,001 - 110,001 บาท ร้อยละ 50 รองลงมาคือ 70,001 - 90,000 บาท ร้อยละ 33 และในจังหวัดชลบุรีมีราคาเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัย 90,001 - 110,001 บาท ร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ 70,001 - 90,000 บาท ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 5-13 แสดงราคาค่าเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน
จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

ราคาค่าเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัย				
	สมุทรปราการ		ชลบุรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50,000 บาท	0	0	2	3
50,001 – 70,000บาท	43	13	24	33
70,001 - 90,000 บาท	108	33	38	53
90,001 - 110,001 บาท	165	50	8	11
110,001 - 130,000 บาท	12	4	0	0
130,001 - 150,000 บาท	0	0	0	0
มากกว่า 150,000บาท	0	0	0	0



แผนภูมิที่ 5-13 แสดงราคาค่าเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใน
จังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี

ในส่วนของ **วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** จะเป็นการศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

5.2 ข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพ ในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

5.2.1 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสมุทรปราการ

คะแนนเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดถึงมากที่สุด คือ คะแนน 1 ถึง 5

ตารางที่ 5-14 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับ
ใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการ

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD	mode
1. ด้านสภาพกายภาพ	4.41	.48	5
-ความปลอดภัย	4.68	.727	5
-สภาพเก่าใหม่ของอาคาร	4.80	.548	5
-บรรยากาศดี	3.98	.336	4
-ลักษณะของที่อยู่อาศัย พื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัย	4.76	.580	5
-ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม	3.98	.387	4
-WIFI	3.94	.438	4
-พื้นที่ส่วนกลางมีความสะอาด	3.97	.409	4
-ประเภทของที่อยู่อาศัย	3.94	.455	4
ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD	mode
-สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและสภาพดี	4.76	.589	5
-ระบบสาธารณูปโภค	4.75	.596	5
-การจัดวาง layout ในห้องพักอาศัย	4.84	.451	5
-รูปแบบอาคาร	4.81	.531	5
-พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ	4.84	.506	5
-สระว่ายน้ำ	4.87	.480	5
-จำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมมีมากเกินไป	3.99	.358	4
-Fitness	4.02	.402	4
-ห้องสมุด	3.98	.424	4
2. ด้านราคาของที่อยู่อาศัย	3.97	1.007	5
-ราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของที่อยู่อาศัย	3.97	1.007	5
3. ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย	4.17	.86	5
-การเดินทางไปจ่ายซื้อของสะดวก	4.02	.915	5
-รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น	4.80	.531	4
-การเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวก	4.80	.878	4
-การเดินทางไปโรงพยาบาลได้สะดวก	4.04	.838	5
-การคมนาคมขนส่งทั่วถึง	4.07	1.005	5

-การเดินทางไปสถานศึกษาของบุตร	4.09	.985	4
4. ด้านส่งเสริมการขายของที่อยู่อาศัย	4.24	.57	5
-ส่วนลดราคาห้อง/เช่า	4.23	.490	4
-กิจกรรมในวันพิเศษ	4.25	.659	4
5. ด้านบุคลากรที่อยู่อาศัย	3.85	.58	5
-ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ	3.84	.615	4
-พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย	3.97	.484	4
-พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารญี่ปุ่น	3.99	.501	5
-พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป	3.71	.682	4
-พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ	3.74	.624	5

5.2.1.1.ด้านสภาพกายภาพจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านที่พักอาศัย ในเรื่องสระว่ายน้ำ มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 รองลงมาคือพื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 และการจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84

5.2.1.2 ด้านราคาเช่าของที่พักอาศัยจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านราคาของที่พักอาศัยในเรื่องราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของที่อยู่อาศัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

5.2.1.3 ด้านทำเลที่พักอาศัย จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่พักอาศัยในเรื่องรู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 รองลงมาคือการเดินทางไปสถานศึกษาของบุตรค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และการคมนาคมขนส่งทั่วถึงค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

5.2.1.4 ด้านการส่งเสริมการขาย จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการขายในเรื่องกิจกรรมในวันพิเศษมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือส่วนลดราคาเช่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

5.2.1.5 ด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านบุคลากร ในเรื่องพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารญี่ปุ่นมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84



รูปที่ 5-1 ตัวอย่างการจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพฯ



รูปที่ 5-2 ตัวอย่างลักษณะของที่อยู่อาศัยพื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น



รูปที่ 5-3 ตัวอย่างพื้นที่ส่วนกลาง



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



รูปที่ 5-4 แผนที่และทำเลของที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในพื้นที่ถนนสุขุมวิท

5.2.2 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชลบุรี

คะแนนเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดถึงมากที่สุด คือ คะแนน 1 ถึง 5 ตารางที่ 5-15 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดชลบุรี

ข้อความคำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD	mode
1. ด้านสภาพกายภาพ	3.63	.94	4
-ความปลอดภัย	4.33	.712	5
-สภาพเก่าใหม่ของอาคาร	3.03	1.964	4
-บรรยากาศดี	2.92	.989	3
-ลักษณะของที่อยู่อาศัย พื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัย	4.42	.550	4
-ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม	4.47	.627	4
-WIFI	3.43	.499	4
-พื้นที่ส่วนกลางมีความสะอาด	2.92	.989	3
-ประเภทของที่อยู่อาศัย	3.96	.311	4
-สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและสภาพดี	3.82	.983	4
-ระบบสาธารณูปโภค	4.40	.548	4
-การจัดวาง layout ในห้องพักอาศัย	4.92	.366	5
-รูปแบบอาคาร	3.31	1.450	4
-พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ	3.13	1.736	4
-สระว่ายน้ำ	3.26	1.661	4
-จำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมมีมากเกินไป	2.94	1.005	3
-Fitness	3.47	.530	4
-ห้องสมุด	2.94	1.005	3
2. ด้านราคาของที่อยู่อาศัย	2.11	.461	4
-ราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของที่อยู่อาศัย	2.11	.461	3
3. ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย	3.22	.41	4
-การเดินทางไปจับจ่ายซื้อของสะดวก	2.15	.573	3
-รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น	4.92	.325	4
-การเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวก	4.96	.262	4
-การเดินทางไปโรงพยาบาลได้สะดวก	3.10	.381	4
-การคมนาคมขนส่งทั่วถึง	2.11	.491	3
-การเดินทางไปสถานศึกษาของบุตร	2.10	.417	3

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD	mode
ด้านส่งเสริมการขายของที่อยู่ออาศัย	4.23	.59	5
-ส่วนลดราคาห้อง/เช่า	4.31	.521	4
4. -กิจกรรมในวันพิเศษ	4.15	.664	4
ด้านบุคลากรที่อยู่ออาศัย	3.73	.71	5
-ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ	3.76	.617	4
-พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย	3.97	.474	4
-พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารญี่ปุ่น	3.89	.723	4
-พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป	3.53	.839	4
-พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ	3.47	.888	4

5.2.2.1.ด้านสภาพกายภาพจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านที่พักอาศัย ในเรื่องการจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 รองลงมาคือความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และลักษณะของที่อยู่ออาศัย พื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

5.2.2.2 ด้านราคาเช่าของที่พักอาศัยจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านราคาของที่พักอาศัยในเรื่องราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของที่อยู่ออาศัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11

5.2.2.3 ด้านทำเลที่ที่พักอาศัย จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านทำเลที่ที่พักอาศัยในเรื่องการเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวกมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96 รองลงมาคือรู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 และการเดินทางไปโรงพยาบาลได้สะดวกค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10

5.2.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการขายในเรื่องส่วนลดราคาห้อง/เช่ามากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือกิจกรรมในวันพิเศษค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

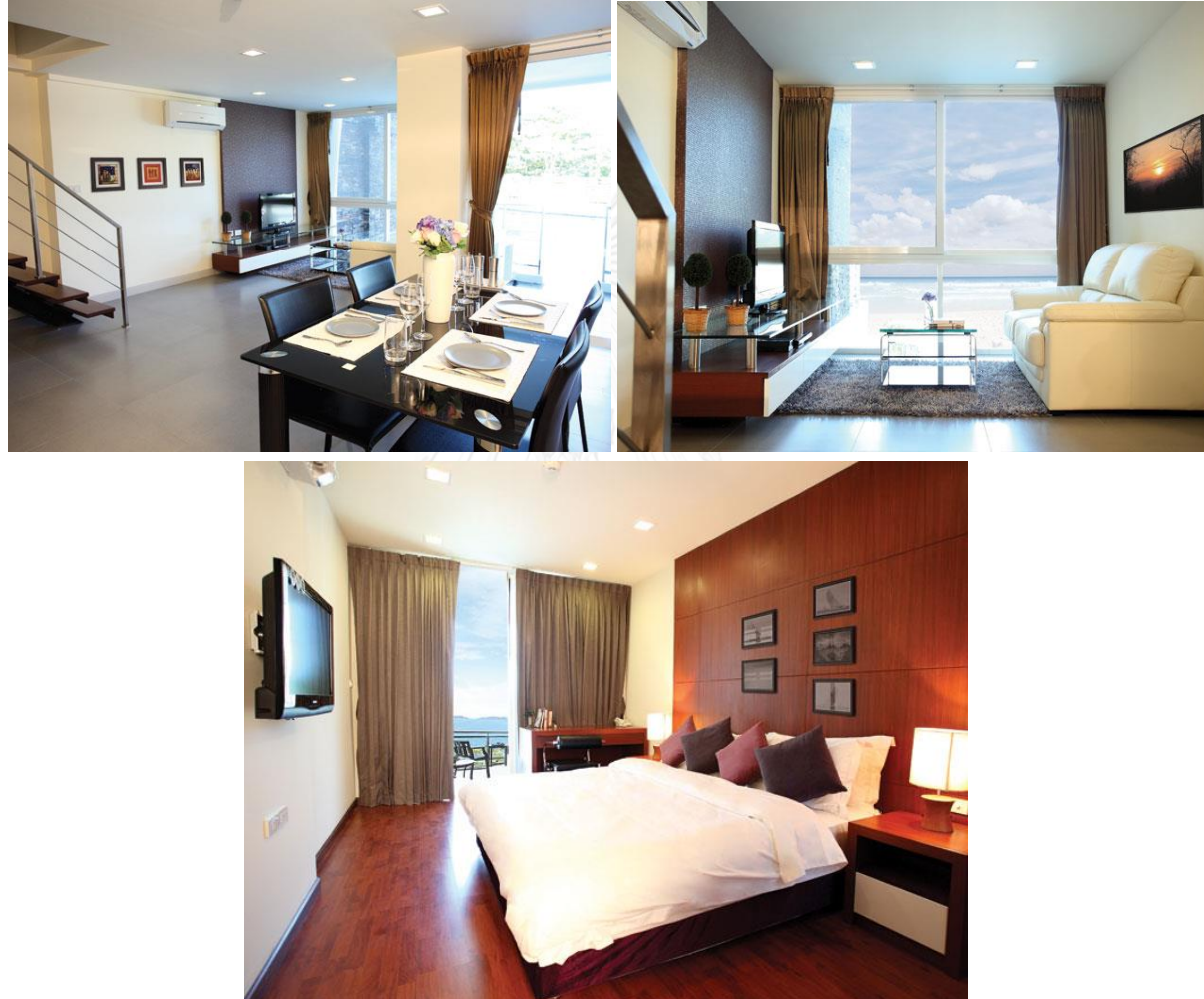
5.2.2.5 ด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ด้านบุคลากร ในเรื่องพนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97รองลงมาคือพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารญี่ปุ่นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89และความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76



รูปที่ 5-5 ตัวอย่างการจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี



รูปที่ 5-6 ภายในห้องพัก Nararesidence 1 bedroom 72m2



รูปที่ 5-7 ภายในห้องพักNararesidence Duplex 122 m2



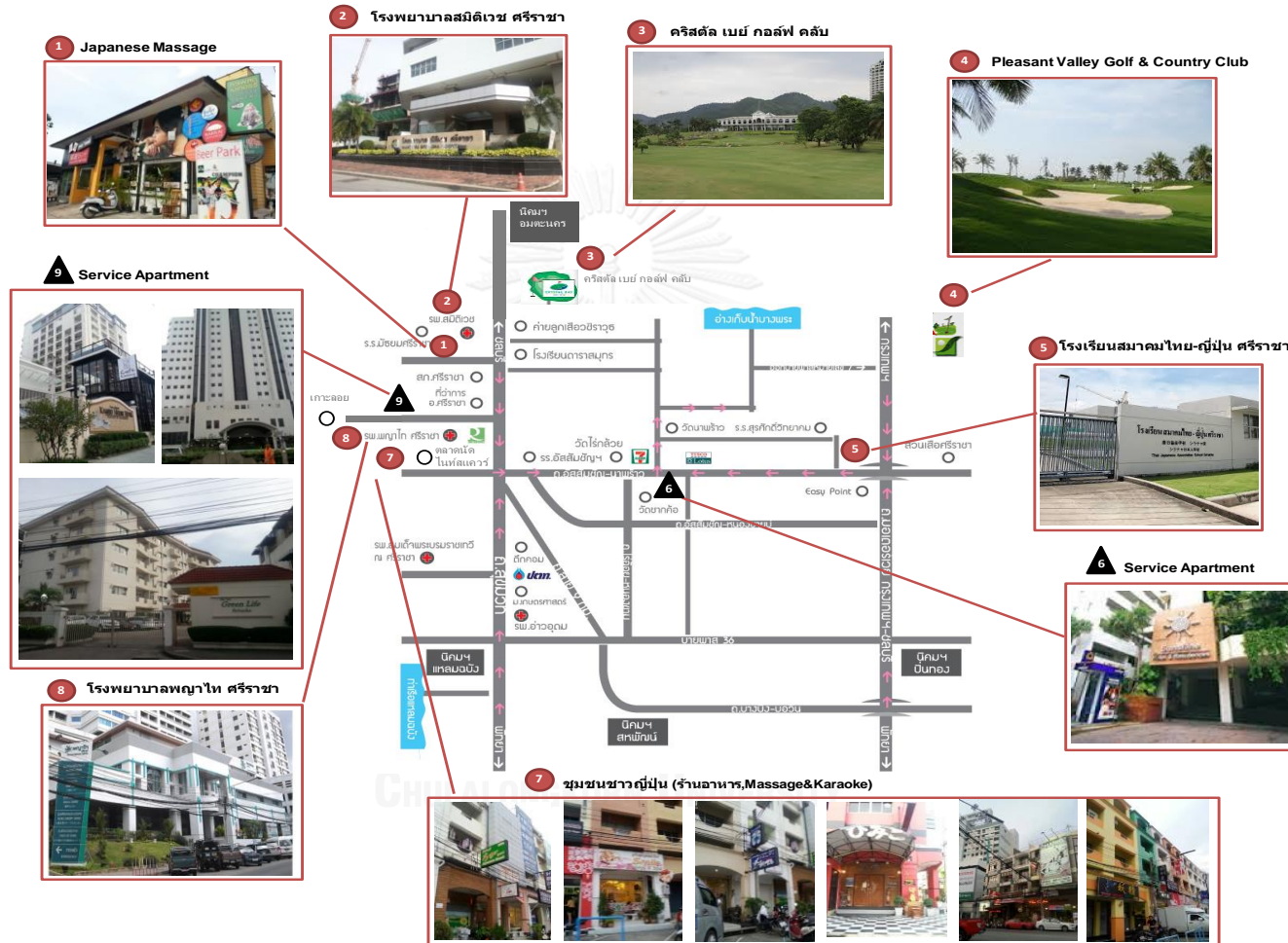
รูปที่ 5-8 ภายในห้องพักและสระว่ายน้ำ Karavel House



รูปที่ 5-9 Kantary Bay 1 bedroom 54m2



รูปที่ 5-10 Kantary Bay 2 bedroom 148m2



รูปที่ 5-11 แผนที่และทำเลขของที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

5.2.3 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

การศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจเช่าในการวิจัยครั้งนี้จะเลือกปัจจัยที่มีคะแนนความสำคัญตั้งแต่ 4.5 คะแนนขึ้นไปโดยคะแนนเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดถึงมากที่สุด คือ คะแนน 1 ถึง 5 คือ มีปัจจัยนั้นมีความสำคัญมากถึงมากที่สุดซึ่งด้านสภาพกายภาพจะมีอยู่ทั้งหมด 8 ปัจจัยย่อย และด้านทำเลที่ตั้งจะมีอยู่ 2 ปัจจัยย่อย

5.2.3.1 ตัวแปรด้านสภาพสังคม

1) เพศ



ชื่อคำถาม	เพศ	สมุทรปราการ										ชลบุรี													
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อย		รวม	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
-รูปแบบอาคาร	ชาย	211	64%	81	25%	1	0%	0	0%	0	0%	293	89%	17	24%	36	50%	3	4%	0	0%	0	0%	56	78%
	หญิง	0	0%	15	5%	20	6%	0	0%	0	0%	35	11%	2	3%	10	14%	4	6%	0	0%	0	0%	16	22%
	รวม	211	64%	96	29%	21	6%	0	0	0	0	328	100%	19	26%	46	64%	7	10%	0	0%	0	0%	72	100%
-พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ	ชาย	203	62%	90	27%	0	0%	0	0%	0	0%	293	89%												
	หญิง	29	9%	6	2%	0	0%	0	0%	0	0%	35	11%												
	รวม	232	71%	96	29%	0	0%	0	0	0	0	328	100%												
-จำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมมีมากเกินไป	ชาย	201	61%	3	1%	21	6%	56	17%	12	4%	293	89%												
	หญิง	3	1%	19	6%	11	3%	2	1%	0	0%	35	11%												
	รวม	204	62%	22	7%	32	10%	58	18%	12	4%	328	100%												

ข้อคำถาม		สมุทรปราการ											ชลบุรี														
ด้านสภาพกายภาพ(ต่อ)	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม			
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
		-จำนวนผู้อยู่อาศัยรวมมีมาก เกินไป	26-35 ปี	7	2%	9	3%	2	1%	0	0%	0	0%	0	0%	18	5%										
36-45 ปี	120		37%	30	9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	150	46%												
46-55 ปี	21		6%	89	27%	0	0%	0	0%	0	0%	110	34%														
>55 ปี	40		12%	0	0%	0	0%	10	3%	0	0%	50	15%														
รวม	188		57%	128	39%	2	1%	10	3%	0	0%	328	100%														
ข้อคำถาม		สมุทรปราการ											ชลบุรี														
ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม			
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
		-รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือ แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น	26-35 ปี	10	3%	8	2%	0	0%	0	0%	0	0%	18	5%	6	8%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
36-45 ปี	0		0%	121	37%	29	9%	0	0%	0	0%	150	46%	23	32%	11	15%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	35	49%
46-55 ปี	21		6%	89	27%	0	0%	0	0%	0	0%	110	34%	20	28%	8	11%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	28	39%
>55 ปี	0		0%	0	0%	40	12%	10	3%	0	0%	50	15%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
รวม	31		9%	218	66%	69	21%	10	3%	0	0%	328	100%	51	71%	20	28%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	72	100%
-การเดินทางไปแหล่งทำงานได้ สะดวก	26-35 ปี	10	3%	8	2%	0	0%	0	0%	0	0%	18	5%	1	1%	4	6%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	7	10%
	36-45 ปี	0	0%	121	37%	29	9%	0	0%	0	0%	150	46%	23	32%	11	15%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	35	49%
	46-55 ปี	21	6%	89	27%	0	0%	0	0%	0	0%	110	34%	23	32%	5	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	28	39%
	>55 ปี	0	0%	0	0%	40	12%	10	3%	0	0%	50	15%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
	รวม	31	9%	218	66%	69	21%	10	3%	0	0%	328	100%	49	68%	20	28%	2	3%	1	1%	0	0%	0	0%	72	100%

ข้อคำถาม	เพศ	สมุทรปราการ											ชลบุรี												
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ด้านสภาพกายภาพ(ต่อ) -รูปแบบอาคาร	แต่งงาน	199	61%	87	27%	17	5%	1	0%	1	0%	305	93%	46	64%	17	24%	2	3%	1	1%	0	0%	66	92%
	โสด	3	1%	4	1%	11	3%	3	1%	2	1%	23	7%	0	0%	1	1%	5	7%	0	0%	0	0%	6	8%
	รวม	202	62%	91	28%	28	9%	4	1%	3	1%	328	100%	46	64%	18	25%	7	10%	1	1%	0	0%	72	100%
-พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ	แต่งงาน	205	63%	87	27%	13	4%	0	0%	0	0%	305	93%												
	โสด	1	0%	5	2%	13	4%	2	1%	2	1%	23	7%												
	รวม	206	63%	92	28%	26	8%	2	1%	2	1%	328	100%												
-จำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมมีมากเกินไป	แต่งงาน	197	60%	71	22%	34	10%	3	1%	0	0%	305	93%												
	โสด	15	5%	8	2%	0	0%	0	0%	0	0%	23	7%												
	รวม	212	65%	79	24%	34	10%	3	1%	0	0%	328	100%												
ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย																									
-รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น	แต่งงาน	205	63%	87	27%	13	4%	0	0%	0	0%	305	93%	49	68%	14	19%	1	1%	1	1%	1	1%	66	92%
	โสด	13	4%	5	2%	1	0%	2	1%	2	1%	23	7%	2	3%	4	6%	0	0%	0	0%	0	0%	6	8%
	รวม	218	66%	92	28%	14	4%	2	1%	2	1%	328	100%	51	71%	18	25%	1	1%	1	1%	1	1%	72	100%
-การเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวก	แต่งงาน	71	22%	34	10%	197	60%	3	1%	0	0%	305	93%	60	83%	6	8%	0	0%	0	0%	0	0%	66	92%
	โสด	15	5%	8	2%	0	0%	0	0%	0	0%	23	7%	5	7%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	6	8%
	รวม	86	26%	42	13%	197	60%	3	1%	0	0%	328	100%	65	90%	7	10%	0	0%	0	0%	0	0%	72	100%

ข้อคำถาม	เพศ	สมุทรปราการ											ชลบุรี														
		มากที่สุด		มาก		ปาน		น้อย		น้อย		รวม		มากที่สุด		มาก		ปาน		น้อย		น้อย		รวม			
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
ด้านสภาพกายภาพ(ต่อ) -จำนวนผู้อยู่อาศัยรวมมีมาก เกินไป	75,001-100,000	4	1%	54	16%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	59	18%												
	100,001-125,000	100	30%	21	6%	3	1%	0	0%	0	0%	0	0%	124	38%												
	>125,000	112	34%	27	8%	5	2%	1	0%	0	0%	0	0%	145	44%												
	รวม	216	66%	102	31%	9	3%	1	0%	0	0%	0	0%	328	100%												
ข้อคำถาม	เพศ	สมุทรปราการ											ชลบุรี														
ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย		มากที่สุด		มาก		ปาน		น้อย		น้อย		รวม		มากที่สุด		มาก		ปาน		น้อย		น้อย		รวม			
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
-รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือ แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น	75,001-100,000	14	4%	45	14%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	59	18%	4	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	6%
	100,001-125,000	89	27%	32	10%	3	1%	0	0%	0	0%	0	0%	124	38%	39	57%	7	10%	0	0%	0	0%	0	0%	46	68%
	>125,000	114	35%	26	8%	3	1%	2	1%	0	0%	0	0%	145	44%	15	22%	4	6%	3	4%	0	0%	0	0%	22	32%
	รวม	217	66%	103	31%	6	2%	2	1%	0	0%	0	0%	328	100%	58	85%	11	16%	3	4%	0	0%	0	0%	72	106%
-การเดินทางไปแหล่งทำงานได้ สะดวก	75,001-100,000	4	1%	55	17%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	59	18%	3	4%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	4	6%
	100,001-125,000	107	33%	14	4%	3	1%	0	0%	0	0%	0	0%	124	38%	40	59%	6	9%	0	0%	0	0%	0	0%	46	68%
	>125,000	110	34%	29	9%	6	2%	0	0%	0	0%	0	0%	145	44%	20	29%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	22	32%
	รวม	221	67%	98	30%	9	3%	0	0%	0	0%	0	0%	328	100%	63	93%	9	13%	0	0%	0	0%	0	0%	72	106%

จากตารางที่ 5-16 ถึง 5-19 สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรสภาพสังคมของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านเพศจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยย่อยของด้านสภาพกายภาพดังนี้ เพศชายให้ความสำคัญกับสภาพเก่าใหม่ของอาคาร, ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมของที่พักอาศัย และรูปแบบของอาคารมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยย่อยเหล่านี้ในระดับปานกลางเท่านั้น แต่เพศหญิงไม่ได้ตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยถึงรูปลักษณะภายนอกเพียงอย่างเดียว ยังจะพิจารณาไปถึงลักษณะภายในของที่พักอาศัยอย่างระบบสาธารณูปโภค, การจัดวาง layout ในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลางที่กว้างขวางเพียงพออีกด้วย และปัจจัยย่อยที่เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับที่มากถึงมากที่สุดเหมือนกัน คือตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยที่มีจำนวนผู้ที่อยู่อาศัยในที่พักอาศัยเดียวกันไม่แออัดมากจนเกินไป ทั้งนี้เนื่องจากชาวญี่ปุ่นชอบความสงบและเป็นส่วนตัวนั่นเอง ในขณะที่ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิงจะตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยโดยให้ความสำคัญกับรูปแบบของอาคาร เมื่อมาดูความสัมพันธ์ของเพศกับปัจจัยย่อยของด้านทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีจะเลือกที่พักอาศัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นเหมือนกัน โดยเพศชายจะเน้นการเลือกที่พักอาศัยที่เดินทางไปแหล่งงานได้สะดวกเป็นสำคัญซึ่งระยะเวลาในการเดินทางระหว่างที่อยู่อาศัยถึงที่ทำงานเฉลี่ยอยู่ที่ 1 ชั่วโมง

ตัวแปรสภาพสังคมของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านอายุจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยย่อยของด้านสภาพกายภาพดังนี้ ช่วงอายุแต่ละช่วงอายุจะตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยโดยให้ความสำคัญทั้งลักษณะภายนอกของที่พักอาศัย คือ สภาพเก่าใหม่ของอาคาร, ความเหมาะสมสภาพแวดล้อมของที่พักอาศัย รวมถึงลักษณะภายในของที่พักอาศัยด้วย ไม่ว่าจะเป็นระบบสาธารณูปโภค, การจัดวาง layout ในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลางที่กว้างขวางเพียงพอ ยกเว้นชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปจะไม่ให้ความสำคัญกับรูปแบบของอาคารมากนักและยังต้องการที่จะเลือกที่พักอาศัยที่มีผู้พักอาศัยร่วมไม่มากจนเกินไปอีกด้วย ในส่วนของความสัมพันธ์ของอายุกับปัจจัยย่อยของด้านทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี แต่ละช่วงอายุจะให้ความสำคัญกับที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นและสามารถเดินทางไปยังแหล่งงานได้สะดวกเหมือนกัน มีเพียงชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการช่วงอายุที่มากกว่า 55 ปีกลุ่มเล็กๆให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตัวแปรสภาพสังคมของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานภาพจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยย่อยของด้านสภาพกายภาพดังนี้ชาวญี่ปุ่นที่แต่งงานแล้วจะให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อยในทุกๆปัจจัย เนื่องจากต้องการสิ่งที่ดีที่สุดให้กับภรรยาและบุตร แต่ในขณะที่ชาวญี่ปุ่นที่โสดที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีจะไม่ค่อยให้ความสำคัญรูปลักษณะภายนอกของที่พักอาศัย คือ สภาพเก่าใหม่ของอาคาร, ความเหมาะสมสภาพแวดล้อมของที่พักอาศัยและรูปแบบอาคาร แต่จะให้ความสำคัญกับการจัดวาง layout ภายในห้อง, ระบบสาธารณูปโภค และชอบความเป็นส่วนตัว ต้องการที่พักอาศัยที่มีคนอยู่ไม่มากเกินไ้ไปมากกว่า ในส่วนของความสัมพันธ์ของสถานภาพกับปัจจัยย่อยของด้านทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี ทั้งโสดและแต่งงานแล้ว ต้องการเลือกที่พักอาศัยใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นและสามารถเดินทางไปยังแหล่งงานได้สะดวกเหมือนกัน เนื่องจากชาวญี่ปุ่นในจังหวัดชลบุรีนิยมที่พักที่สามารถเดินยังแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารและสวนสาธารณะได้ ในขณะที่เดียวกันที่พักอาศัยที่

เดินทางไปแหล่งงานสะดวกเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่พวกเขาให้ความสำคัญเนื่องจากคล่องตัวในการเดินทาง เวลาเดินทางเฉลี่ยอยู่ที่ 1 ชั่วโมงเช่นเดียวกับชาวญี่ปุ่นในจังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปรด้านเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีด้านรายได้จะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยย่อยของด้านสภาพกายภาพดังนี้ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่าจะให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยมากที่สุด โดยต้องการเลือกที่พักอาศัยที่มีสภาพใหม่ สภาพแวดล้อมร่มรื่น รูปแบบอาคารที่น่าอยู่ รวมถึงพื้นที่ส่วนกลางที่กว้างขวาง และมีการจัดวาง layout ในห้องพักที่ดีเนื่องจากรายได้และตำแหน่งหน้าที่การงานของคนกลุ่มนี้อยู่ในระดับที่สูงเป็นผู้บริหารระดับประธานบริษัท กรรมการผู้จัดการ ซึ่งทางบริษัทจะมีสวัสดิการที่เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักอาศัยให้ไว้ในระดับที่สูงตามตำแหน่งอยู่แล้ว คนกลุ่มนี้จึงเลือกที่พักอาศัยที่ดีและสะดวกสบายที่สุด โดยไม่คำนึงถึงราคาเช่าเท่าใดนัก ในขณะที่ความสัมพันธ์ของรายได้กับปัจจัยย่อยของด้านทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย ทั้งชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรี ในทุกระดับรายได้แล้ว ต้องการเลือกที่พักอาศัยใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นและสามารถเดินทางไปยังแหล่งงานได้สะดวกเหมือนกัน

5.3 วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละปัจจัย เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยอื่น

5.3.1 สมุทรปราการ

5.3.1.1 วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆ

- วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆในจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 5-20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจเลือกที่ พักอาศัย	เพศ	N	Mean	SD	t	Sig
ด้านสภาพ กายภาพ	ชาย	293	74.329	5.542	-1.974*	.049
	หญิง	35	75.351	3.825		
ด้านราคา	ชาย	293	3.818	1.092	-2.410*	.017
	หญิง	35	4.086	.923		
ด้านทำเลที่ตั้ง	ชาย	293	24.762	2.806	-1.624	.105
	หญิง	35	25.265	2.758		
ด้านการส่งเสริม การขาย	ชาย	293	8.510	.926	.452	.651
	หญิง	35	8.465	.891		
ด้านบุคลากร	ชาย	293	19.252	2.183	.036*	.971
	หญิง	35	19.243	2.056		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดสมุทรปราการพบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดสมุทรปราการในด้านสภาพกายภาพ (sig = 0.049) และ ด้านราคา (sig = 0.017) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05)โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพ และ ด้านราคาของจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่าเพศชาย

สำหรับด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการขายและด้านบุคลากร พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ได้มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของจังหวัดสมุทรปราการเลย โดยมีค่า sig เท่ากับ .105, .651 และ .971 กล่าวคือไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะเป็นเพศอะไรก็ได้ไม่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของจังหวัดสมุทรปราการด้านทำเลที่ตั้ง, ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากร เลย

-วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดสมุทรปราการ
ตารางที่ 5- 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุ และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจเลือกที่ พักอาศัย	อายุ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพกายภาพ	น้อยกว่า 25 ปี	0	68.333	4.640	37.562*	.000
	26-35 ปี	18	71.789	6.624		
	36-45 ปี	150	76.311	3.050		
	46-55 ปี	110	76.656	.814		
	มากกว่า 55 ปี	50	76.882	.516		
	รวม	328	74.905	4.672		
ด้านราคา	น้อยกว่า 25 ปี	0	3.571	.870	9.242*	.000
	26-35 ปี	18	4.145	.989		
	36-45 ปี	150	3.916	1.046		
	46-55 ปี	110	3.525	1.026		
	มากกว่า 55 ปี	50	4.529	.578		
	รวม	328	3.970	1.007		

การตัดสินใจที่ พักอาศัย	อายุ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านทำเลที่ตั้ง	น้อยกว่า 25 ปี	0	23.429	2.712	7.715*	.000
	26-35 ปี	18	25.039	3.218		
	36-45 ปี	150	24.748	2.646		
	46-55 ปี	110	24.754	2.547		
	มากกว่า 55 ปี	50	26.765	1.882		
	รวม	328	25.046	2.786		
ด้านการส่งเสริมการ ขาย	น้อยกว่า 25 ปี	0	7.667	.658	12.414*	.000
	26-35 ปี	18	8.092	1.168		
	36-45 ปี	150	8.714	.738		
	46-55 ปี	110	8.623	.711		
	มากกว่า 55 ปี	50	8.706	.729		
	รวม	328	8.485	.905		
ด้านบุคลากร	น้อยกว่า 25 ปี	0	17.619	3.122	18.377*	.000
	26-35 ปี	18	17.921	2.929		
	36-45 ปี	150	19.798	1.533		
	46-55 ปี	110	19.967	.875		
	มากกว่า 55 ปี	50	19.745	.688		
	รวม	328	19.247	2.109		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และปัจจัยการตัดสินใจที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดสมุทรปราการพบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจที่พักอาศัย ของจังหวัดสมุทรปราการในด้านสภาพกายภาพ(sig = 0.000)ด้านราคา(sig = 0.000)ด้านทำเลที่ตั้ง(sig = 0.000)ด้านการส่งเสริมการขาย(sig = 0.000)และด้านบุคลากร(sig = 0.000)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05)โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 55 ปีมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรของจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุกลุ่มอื่นๆ

-วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และปัจจัยการตัดสินใจที่พักอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 5-22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย
ของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจ ที่พักอาศัย	ระดับการศึกษา	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพ กายภาพ	ประถมศึกษา	0	70.071	5.704	77.714*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอน ปลาย/เทียบเท่า	0	67.243	6.265		
	ปริญญาตรี	310	75.723	3.344		
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	76.513	2.518		
	รวม	328	74.905	4.672		
ด้านราคา	ประถมศึกษา	0	3.714	.994	2.779*	.041
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอน ปลาย/เทียบเท่า	0	3.568	1.068		
	ปริญญาตรี	310	4.067	1.031		
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	4.013	.958		
	รวม	328	3.970	1.007		
ด้านทำเลที่ตั้ง	ประถมศึกษา	0	23.643	2.925	9.321*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอน ปลาย/เทียบเท่า	0	23.081	2.742		
	ปริญญาตรี	310	25.429	2.660		
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	25.342	2.670		
	รวม	328	25.046	2.786		

การตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย	ระดับการศึกษา	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านการส่งเสริมการขาย	ประถมศึกษา	0	8.214	1.051	11.619*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า	0	7.730	1.018		
	ปริญญาตรี	310	8.563	.962		
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	8.627	.718		
	รวม	328	8.485	.905		
ด้านบุคลากร	ประถมศึกษา	0	18.071	3.407	13.989*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า	0	17.649	3.138		
	ปริญญาตรี	310	19.126	2.153		
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	19.816	1.225		
	รวม	328	19.247	2.109		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดสมุทรปราการพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดสมุทรปราการในด้านสภาพกายภาพ (sig = 0.000)ด้านราคา(sig = 0.041) ด้านทำเลที่ตั้ง(sig = 0.000)ด้านการส่งเสริมการขาย(sig = 0.000)และด้านบุคลากร(sig = 0.000)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพของจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรของจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆ

-วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 5-23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสและปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย
ของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจ ที่พักอาศัย	สถานภาพสมรส	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพ กายภาพ	โสด	23	76.266	3.231	28.957*	.000
	สมรสแล้ว	305	75.399	3.840		
	หย่า	0	68.447	6.484		
	แยกกันอยู่	0	76.917	.289		
	อื่นๆ	0	73.667	6.022		
	รวม	328	74.905	4.672		
ด้านราคา	โสด	23	4.165	.948	2.682*	.032
	สมรสแล้ว	305	3.883	1.045		
	หย่า	0	3.658	.966		
	แยกกันอยู่	0	4.333	.651		
	อื่นๆ	0	4.000	1.265		
	รวม	328	3.970	1.007		
ด้านทำเลที่ตั้ง	โสด	23	25.661	2.622	12.827*	.000
	สมรสแล้ว	305	25.086	2.525		
	หย่า	0	22.447	2.929		
	แยกกันอยู่	0	27.083	1.929		
	อื่นๆ	0	25.167	3.371		
	รวม	328	25.046	2.786		
ด้านการส่งเสริม การขาย	โสด	23	8.706	.761	9.955*	.000
	สมรสแล้ว	305	8.485	.856		
	หย่า	0	7.737	1.131		
	แยกกันอยู่	0	8.500	.674		
	อื่นๆ	0	9.167	.983		
	รวม	328	8.485	.905		
ด้านบุคลากร	โสด	23	19.661	1.791	4.827*	.001
	สมรสแล้ว	305	19.215	2.078		
	หย่า	0	18.000	2.809		
	แยกกันอยู่	0	19.833	.577		
	อื่นๆ	0	19.333	2.503		
	รวม	328	19.247	2.109		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดสมุทรปราการพบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดสมุทรปราการในด้านสภาพกายภาพ(sig = 0.000)ด้านราคา(sig = 0.032)ด้านทำเลที่ตั้ง(sig = 0.000)ด้านการส่งเสริมการขาย(sig = 0.000)และด้านบุคลากร(sig = 0.001)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05)

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแยกกันอยู่มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและด้านบุคลากรของจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีกลุ่มสถานภาพสมรสอื่นๆ

สำหรับด้านการส่งเสริมการขาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสอื่นๆ จะมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยมากกว่ากลุ่มสถานภาพสมรสอื่นๆ

- วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 5- 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย
ของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจเลือก ที่พักอาศัย	รายได้ต่อเดือน	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพ กายภาพ	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	66.032	5.069	100.405*	.000
	50,000 - 75,000 บาท	0	67.000	6.719		
	75,001 - 100,000 บาท	59	76.037	3.349		
	100,001 - 125,000 บาท	124	76.261	1.892		
	125,000 บาทขึ้นไป	145	76.795	.652		
	รวม	328	74.905	4.672		
ด้านราคา	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	3.484	.962	4.613*	.001
	50,000 - 75,000 บาท	0	3.333	1.047		
	75,001 - 100,000 บาท	59	3.993	.974		
	100,001 - 125,000 บาท	124	4.014	1.064		
	125,000 บาทขึ้นไป	145	4.205	.931		
	รวม	328	3.970	1.007		
ด้านทำเลที่ตั้ง	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	21.774	2.334	22.391*	.000
	50,000 - 75,000 บาท	0	24.133	2.475		
	75,001 - 100,000 บาท	59	25.519	2.428		
	100,001 - 125,000 บาท	124	24.290	3.010		
	125,000 บาทขึ้นไป	145	26.372	2.077		
	รวม	328	25.046	2.786		
ด้านการส่งเสริม การขาย	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	7.677	1.194	10.019*	.000
	50,000 - 75,000 บาท	0	7.933	.594		
	75,001 - 100,000 บาท	59	8.563	.729		
	100,001 - 125,000 บาท	124	8.580	1.077		
	125,000 บาทขึ้นไป	145	8.692	.726		
	รวม	328	8.485	.905		
ด้านบุคลากร	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	17.677	2.880	7.689*	.000
	50,000 - 75,000 บาท	0	18.067	3.305		
	75,001 - 100,000 บาท	59	19.296	2.120		
	100,001 - 125,000 บาท	124	19.464	2.004		
	125,000 บาทขึ้นไป	145	19.821	.818		
	รวม	328	19.247	2.109		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดสมุทรปราการในด้านสภาพกายภาพ (sig = 0.000)ด้านราคา(sig = 0.001)ด้านทำเลที่ตั้ง(sig = 0.000)ด้านการส่งเสริมการขาย(sig = 0.000)และด้านบุคลากร(sig = 0.000)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 125,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพ ด้านราคาด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรของจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มอื่นๆ

5.3.2 ชลบุรี

5.3.2.1 วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆ

- วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 5-25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดชลบุรี

การตัดสินใจที่พักอาศัย	เพศ	N	Mean	SD	t	Sig.
ด้านสภาพกายภาพ	ชาย	56	62.894	13.810	1.659	.102
	หญิง	16	57.280	13.396		
ด้านราคา	ชาย	56	2.170	0.564	1.504	.137
	หญิง	16	2.000	0.000		
ด้านทำเลที่ตั้ง	ชาย	56	19.319	0.958	1.660	.101
	หญิง	16	19.000	0.000		
ด้านการส่งเสริมการขาย	ชาย	56	8.596	0.876	1.798	.076
	หญิง	16	8.200	0.913		
ด้านบุคลากร	ชาย	56	18.553	2.903	-3.30	.742
	หญิง	16	18.760	1.589		

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดชลบุรีพบว่าเพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดชลบุรีในด้านสภาพกายภาพ(sig = .102)ด้านราคา(sig = .137)ด้าน

ทำเลที่ตั้ง (sig = .101), ด้านการส่งเสริมการขาย (sig = .076) และด้านบุคลากร (sig = .742) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig มากกว่า 0.05) กล่าวคือไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะเป็นเพศอะไรก็ไม่ได้มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจที่พกอาศัยของจังหวัดสมุทรปราการในด้านสภาพกายภาพ, ด้านราคา, ด้านทำเลที่ตั้ง, ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรเลย

-วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และปัจจัยการตัดสินใจที่พกอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 5-26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุ และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดชลบุรี

การตัดสินใจที่พกอาศัย	อายุ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพ กายภาพ	น้อยกว่า 25 ปี	0	-	-	726.407*	.000
	26-35 ปี	7	48.000	.000		
	36-45 ปี	35	49.308	3.845		
	46-55 ปี	28	75.824	1.380		
	มากกว่า 55 ปี	2	76.333	.900		
	รวม	72	60.944	13.837		
ด้านราคา	น้อยกว่า 25 ปี	0	-	-	1.048	.377
	26-35 ปี	7	.000	.989		
	36-45 ปี	35	.543	1.046		
	46-55 ปี	28	.664	1.026		
	มากกว่า 55 ปี	2	.000	.578		
	รวม	72	.461	1.007		

การตัดสินใจเลือกที่ พักอาศัย	อายุ	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านทำเลที่ตั้ง	น้อยกว่า 25 ปี	0	-	-	1.678	.180
	26-35 ปี	7	.000	3.218		
	36-45 ปี	35	.815	2.646		
	46-55 ปี	28	1.231	2.547		
	มากกว่า 55 ปี	2	.000	1.882		
	รวม	72	.786	2.786		
ด้านการส่งเสริม การขาย	น้อยกว่า 25 ปี	0	-	-	3.922*	.012
	26-35 ปี	7	.917	1.168		
	36-45 ปี	35	.884	.738		
	46-55 ปี	28	.809	.711		
	มากกว่า 55 ปี	2	.775	.729		
	รวม	72	.903	.905		
ด้านบุคลากร	น้อยกว่า 25 ปี	0	-	-	6.482*	.001
	26-35 ปี	7	2.894	2.929		
	36-45 ปี	35	2.825	1.533		
	46-55 ปี	28	1.348	.875		
	มากกว่า 55 ปี	2	.910	.688		
	รวม	72	2.514	2.109		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดชลบุรีพบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดชลบุรีในด้านสภาพกายภาพ(sig = 0.000)ด้านการส่งเสริมการขาย(sig = 0.000)และด้านบุคลากร(sig = 0.000)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 46-55 ปีมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรของจังหวัดชลบุรี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุกลุ่มอื่นๆ

สำหรับด้านราคาทำเลที่ตั้ง พบว่าอายุไม่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยเลย โดยมีค่า sig เท่ากับ .377 และ .180 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

-วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 5-27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย
ของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดชลบุรี

การตัดสินใจ เลือกที่พัก อาศัย	ระดับการศึกษา	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพ กายภาพ	ประถมศึกษา	0	51.750	9.186	15.540*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอน ปลาย/เทียบเท่า	0	58.429	13.788		
	ปริญญาตรี	70	57.000	12.881		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	76.235	1.091		
	รวม	72	60.944	13.837		
ด้านราคา	ประถมศึกษา	0	2.170	0.577	.353	.787
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0	2.000	0.000		
	ปริญญาตรี	70	2.140	0.516		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	2.120	0.485		
	รวม	72	2.110	0.461		
ด้านทำเลที่ตั้ง	ประถมศึกษา	0	19.250	0.866	.407	.749
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0	19.000	0.000		
	ปริญญาตรี	70	19.276	0.841		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	19.235	0.970		
	รวม	72	19.208	0.786		
ด้านการ ส่งเสริมการ ขาย	ประถมศึกษา	0	8.583	0.793	3.799*	.014
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอน ปลาย/เทียบเท่า	0	7.857	0.864		
	ปริญญาตรี	70	8.448	0.910		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	8.882	0.781		
	รวม	72	8.458	0.903		
ด้านบุคลากร	ประถมศึกษา	0	18.000	3.593	2.179	.098
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอน ปลาย/เทียบเท่า	0	18.214	1.929		
	ปริญญาตรี	70	18.310	2.551		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	19.941	1.519		
	รวม	72	18.625	2.514		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดชลบุรี พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดชลบุรีในด้านสภาพกายภาพ($\text{sig} = 0.000$) และ ด้านการส่งเสริมการขาย($\text{sig} = 0.014$)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านสภาพกายภาพและด้านการส่งเสริมการขายของจังหวัดชลบุรี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ การศึกษาในกลุ่มอื่นๆ

สำหรับด้านราคาด้านทำเลที่ตั้งและด้านบุคลากร พบว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดชลบุรี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในกลุ่ม อื่นๆ

-วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส และปัจจัย การตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 5-28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย ของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดชลบุรี

การตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย	สถานภาพสมรส	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพ กายภาพ	โสด	6	52.385	10.284	10.897*	.000
	สมรสแล้ว	66	62.657	13.844		
	แยกกันอยู่	0	75.600	1.506		
	อื่นๆ	0	77.000	0.000		
	รวม	72	60.944	13.837		
ด้านราคา	โสด	6	2.000	0.000	1.899	.138
	สมรสแล้ว	66	2.110	0.471		
	แยกกันอยู่	0	2.400	0.843		
	อื่นๆ	0	2.000	.		
	รวม	72	2.110	0.461		
ด้านทำเลที่ตั้ง	โสด	6	19.000	0.000	3.593*	.018
	สมรสแล้ว	66	19.171	0.707		
	แยกกันอยู่	0	19.900	1.524		
	อื่นๆ	0	19.000	.		
	รวม	72	19.208	0.786		
ด้านการ ส่งเสริมการ ขาย	โสด	6	8.192	0.939	1.797	.156
	สมรสแล้ว	66	8.543	0.817		
	แยกกันอยู่	0	8.900	0.994		
	อื่นๆ	0	8.000	.		
	รวม	72	8.458	0.903		
ด้านบุคลากร	โสด	6	17.923	3.123	2.386	.077
	สมรสแล้ว	66	18.629	1.987		
	แยกกันอยู่	0	20.300	1.767		
	อื่นๆ	0	20.000	.		
	รวม	72	18.625	2.514		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดชลบุรี พบว่าสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดชลบุรี ในด้านสภาพกายภาพ (sig = 0.000) และด้านทำเลที่ตั้ง (sig = 0.018) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพและด้านทำเลที่ตั้งของจังหวัดชลบุรี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มอื่นๆ

สำหรับด้านราคาด้านการส่งเสริมการขายและด้านบุคลากรพบว่าสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของจังหวัดชลบุรี

-วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านต่างๆในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 5- 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน และปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดชลบุรี

การตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย	รายได้ต่อเดือน	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านสภาพกายภาพ	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	50.111	5.302	29.020*	.000
	50,000 - 75,000 บาท	0	48.286	.756		
	75,001 - 100,000 บาท	4	55.438	12.326		
	100,001 - 125,000 บาท	46	75.917	1.443		
	125,000 บาทขึ้นไป	22	76.167	1.115		
	รวม	72	60.944	13.837		
ด้านราคา	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	2.222	.667	1.205	.000
	50,000 - 75,000 บาท	0	2.000	.000		
	75,001 - 100,000 บาท	4	2.063	.354		
	100,001 - 125,000 บาท	46	2.000	.000		
	125,000 บาทขึ้นไป	22	2.333	.778		
	รวม	72	2.111	.461		
ด้านทำเลที่ตั้ง	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	19.333	1.000	1.043	.392
	50,000 - 75,000 บาท	0	19.000	.000		
	75,001 - 100,000 บาท	4	19.094	.530		
	100,001 - 125,000 บาท	46	19.167	.577		
	125,000 บาทขึ้นไป	22	19.583	1.379		
	รวม	72	19.208	.786		

การตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย	รายได้ต่อเดือน	N	Mean	SD	F	Sig.
ด้านการส่งเสริมการขาย	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	8.000	.707	3.928*	.006
	50,000 - 75,000 บาท	0	7.571	1.272		
	75,001 - 100,000 บาท	4	8.500	.762		
	100,001 - 125,000 บาท	46	8.917	.900		
	125,000 บาทขึ้นไป	22	8.750	.754		
รวม	72	8.458	.903			
ด้านบุคลากร	น้อยกว่า 50,000 บาท	0	17.333	3.240	2.971*	.025
	50,000 - 75,000 บาท	0	17.143	1.773		
	75,001 - 100,000 บาท	4	18.406	2.746		
	100,001 - 125,000 บาท	46	19.667	.778		
	125,000 บาทขึ้นไป	22	20.000	1.859		
รวม	72	18.625	2.514			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของจังหวัดชลบุรี พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของจังหวัดชลบุรี ในด้านสภาพกายภาพ (sig = 0.000) ด้านราคา (sig = 0.000) ด้านการส่งเสริมการขาย (sig = 0.000) และด้านบุคลากร (sig = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig น้อยกว่า 0.05) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 125,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรของจังหวัดชลบุรี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มอื่นๆ

สำหรับด้านทำเลที่ตั้งพบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของจังหวัดชลบุรี

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรีและเพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรีอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการจัดการกำหนดแนวทางเรื่องที่พักอาศัยให้ได้มาตรฐานสากล และเป็นแนวทางต่อฝ่ายบุคคลขององค์กรในการประยุกต์เกี่ยวกับนโยบายที่พักอาศัยของพนักงานให้เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อให้ทราบความต้องการที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นในการนำไปปรับปรุงโครงการพักอาศัยตอบสนองความต้องการที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นในอนาคตได้

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม มี 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลและสภาพในการทำงาน ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย การเก็บข้อมูลส่วนใหญ่ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปยังการเพื่อช่วยเหลือส่งต่อไปยังบริษัท/โรงงานต่างๆกว่า 20 โรงงาน รวม 400 ตัวอย่าง 328 ชุดเป็นชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ และ 72 ชุดเป็นชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี

6.1 สรุปผลการศึกษา

6.1.1 สรุปสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

กลุ่มชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการส่วนใหญ่ เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 89)ส่วนใหญ่มีอายุ 36-45 ปี (ร้อยละ 46) รองลงมาอยู่ในช่วงอายุอายุ 46 - 55 ปี (ร้อยละ 34) เกือบทั้งหมดแต่งงานแล้ว (ร้อยละ 93)รองลงมาคือสถานะโสดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น(ร้อยละ7) โดยส่วนใหญ่มีจำนวนบุตร 2 คน (ร้อยละ 58)รองลงมาคือมีจำนวนบุตร 3 คน(ร้อยละ30) โดยส่วนใหญ่ชาวญี่ปุ่นในจังหวัดสมุทรปราการจะมีรายได้ต่อคนต่อเดือน125,000 บาทขึ้นไป(ร้อยละ44) รองลงมาคือ 100,001 - 125,000 บาท (ร้อยละ38) และ 75,001 - 100,000 บาท(ร้อยละ20.4) ในด้านการศึกษาเกือบทั้งหมดมีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ95) รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี(ร้อยละ5)ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน Contract(ร้อยละ78) รองลงมาคือ พนักงานประจำ(ร้อยละ17) ครึ่งหนึ่งมีตำแหน่งสูงเป็นกรรมการผู้จัดการ (ร้อยละ48) รองลงมาคือผู้อำนวยการ (ร้อยละ26)

สำหรับกลุ่มชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศชายเช่นกัน (77.8ร้อยละ) ส่วนใหญ่มีอายุ 36 - 45 ปี(ร้อยละ48.6)รองลงมาคือ อายุ 46 - 55 ปี (ร้อยละ38.9)เกือบทั้งหมดแต่งงานแล้ว (ร้อยละ91.7)รองลงมาคือโสดซึ่งมีเพียงจำนวนน้อยเท่านั้น(ร้อยละ8.3) ส่วนใหญ่มีจำนวนบุตร 2 คน (ร้อยละ80.3)รองลงมาคือมีจำนวนบุตร 1 คน(ร้อยละ15.2) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 100,001 - 125,000 บาท (ร้อยละ63.9) รองลงมาคือ 125,000 บาทขึ้นไป(ร้อยละ30.6) และ

75,001 - 100,000 บาท(ร้อยละ5.6) ด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 97.2)รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรีซึ่งมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น(ร้อยละ2.8) ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน Contract(ร้อยละ70.8)รองลงมาคือ พนักงานประจำ (ร้อยละ27.8)สำหรับตำแหน่งงาน ส่วนใหญ่มี ตำแหน่งผู้จัดการ/พนักงานระดับหัวหน้างาน (ร้อยละ41.7) รองลงมาคือผู้อำนวยการ และผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ชำนาญพิเศษในสัดส่วนเท่ากันที่ (ร้อยละ22.2) และประธานกรรมการบริหาร (ร้อยละ8.3)

6.1.2 สรุปข้อมูลลักษณะการอยู่อาศัยปัจจุบันของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

กลุ่มชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรปราการเกือบทั้งหมดอาศัยใน Service Apartment(ร้อยละ87.5)รองลงมาคือคอนโดมิเนียม (ร้อยละ8.8) และโรงแรม (ร้อยละ3.7)ส่วนใหญ่มีลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่า(ร้อยละ98.5) รองลงมาคือเป็นเจ้าของ(ร้อยละ1.5) โดยส่วนใหญ่มีช่องทางการหาซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยผ่านเอเจนซี่(ร้อยละ38.1) รองลงมาคือผ่านฝ่ายบุคคลของบริษัท(ร้อยละ31.4) และหาด้วยตนเอง (ร้อยละ30.5)ส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยด้วยตนเอง (ร้อยละ92.4) รองลงมาคือตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยโดยปรึกษาเอเจนซี่ (ร้อยละ7.6) เป็นสัดส่วนครึ่งหนึ่งของชาวญี่ปุ่นในจังหวัดสมุทรปราการมีค่าใช้จ่ายค่าเช่าต่อเดือนของที่อยู่อาศัย 90,001 - 110,001 บาท (ร้อยละ50)รองลงมาคือ 70,001 - 90,000 บาท(ร้อยละ33)

กลุ่มชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่อยู่อาศัยใน Service Apartment (ร้อยละ75)รองลงมาคือคอนโดมิเนียม (ร้อยละ25)โดยเกือบทั้งหมดมีลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่า(ร้อยละ83.3) รองลงมาคือเป็นเจ้าของเพียงเล็กน้อย(ร้อยละ16.7) สำหรับช่องทางการหาซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยเกินกว่าครึ่งผ่านเอเจนซี่(ร้อยละ55.6) รองลงมาคือหาด้วยตนเอง(ร้อยละ34.7) และผ่านฝ่ายบุคคลของบริษัท(ร้อยละ9.7) ซึ่งเกือบทั้งหมดมีการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยด้วยตนเอง(ร้อยละ90.3) รองลงมาคือตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยโดยปรึกษาเอเจนซี่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น (ร้อยละ9.7) โดยมากกว่าครึ่งของชาวญี่ปุ่นในจังหวัดชลบุรีมีค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยต่อเดือนอยู่ที่ 70,001 - 90,000 บาท(ร้อยละ52.8) รองลงมาคือ 50,001 - 70,000บาท (ร้อยละ33.3)

6.1.3 สรุปข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี

6.1.3.1 ด้านสภาพกายภาพ

ในจังหวัดสมุทรปราการจากผลวิจัย พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยหลักที่เด่นที่สุดคือสระว่ายน้ำ รองลงมาคือพื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ และLayoutของห้องพัก

ในจังหวัดชลบุรี จากผลวิจัย พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านสภาพกายภาพที่เด่นที่สุดคือเรื่อง การจัดวาง layout ในห้องพักอาศัยรองลงมาคือความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม และรองลงมาคือ ลักษณะของที่อยู่อาศัยกับพื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัย

6.1.3.2 ด้านราคาค่าเช่าของที่พักอาศัย

ในจังหวัดสมุทรปราการจากผลวิจัย พบว่า ปัจจัยในด้านราคาของที่พักอาศัย ค่อนข้างให้ความสำคัญด้าน ราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของที่อยู่อาศัย

ในจังหวัดชลบุรีจากผลวิจัย พบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านราคาไม่สูงนัก ในเรื่องที่พักอาศัยราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของที่อยู่อาศัย

6.1.3.3 ด้านทำเลที่พักอาศัย

ในจังหวัดสมุทรปราการจากผลวิจัยพบว่า ด้านทำเลที่พักอาศัยนั้น เรื่องการรู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือการเดินทางไปสถานศึกษาของบุตร และการคมนาคมขนส่งทั่วถึงเช่นอยู่ใกล้รถไฟฟ้า ใกล้รถไฟฟ้าใต้ดิน รถกะป้อ เป็นต้น

ในจังหวัดชลบุรีจากผลวิจัยพบว่า ด้านทำเลที่พักอาศัยนั้น เรื่องการเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวก เด่นชัดที่สุด รองลงมาคือรู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น และการเดินทางไปโรงพยาบาลได้สะดวก

6.1.3.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

ในจังหวัดสมุทรปราการจากผลวิจัยพบว่า ชาวญี่ปุ่นค่อนข้างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการขายที่ให้ความสำคัญเด่นสุดคือเรื่องกิจกรรมในวันพิเศษ รองลงมาคือส่วนลดราคาเช่า

ในจังหวัดชลบุรีจากผลวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการขายมีความสำคัญ ในเรื่องส่วนลดราคาห้อง/เช่ามากที่สุด รองลงมาคือกิจกรรมในวันพิเศษ

6.1.3.5 ด้านบุคลากร

ในจังหวัดสมุทรปราการจากผลวิจัยพบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ค่อนข้างมีความสำคัญ โดยเฉพาะความสามารถในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย และความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ

ในจังหวัดชลบุรีจากผลวิจัยพบว่า ค่อนข้างให้ความสำคัญด้านบุคลากร โดยเฉพาะในเรื่องพนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารญี่ปุ่น และความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ

6.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ

6.1.4.1 ปัจจัยด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการพบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

ตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพด้านราคาด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน และปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ในด้านต่างๆ ของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี ในด้านสภาพกายภาพด้านราคาด้านการส่งเสริมการขายและด้านบุคลากรโดยชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือน 125,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในด้านสภาพกายภาพด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากรของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี มากกว่าชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มอื่นๆ สำหรับด้านทำเลที่ตั้ง พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี

6.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งนี้

6.2.1 ด้านสภาพกายภาพทางผู้ประกอบการสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ควรเน้นเรื่องของการพัฒนารูปแบบของสระว่ายน้ำ พื้นที่ส่วนกลางให้กว้างขวางเพียงพอ รวมถึง Layoutของห้องพักในมีความเหมาะสมต่อพฤติกรรมของชาวญี่ปุ่นและตอบสนองความต้องการของชาวญี่ปุ่น ส่วนสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี ผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนาการจัดวาง layout, พื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัยและสร้างความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมให้มีบรรยากาศน่าเป็นอยู่มากขึ้น

6.2.2 ด้านราคาเช่าของที่พักอาศัยทางผู้ประกอบการสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ควรเน้นเรื่องการปรับเปลี่ยนราคาเช่าให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของที่อยู่อาศัย ส่วนสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรี ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่พิจารณาถึงคุณภาพของที่อยู่อาศัยเป็นหลัก จึงควรพัฒนาคุณภาพของที่พักอาศัยให้อยู่ในเกณฑ์ที่สูง

6.2.3 ด้านทำเลที่พักอาศัย ทางผู้ประกอบการสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ควรเน้นการสร้างที่พักอาศัยให้อยู่บริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น สถานศึกษาของบุตร และการคมนาคมขนส่งทั่วถึง ส่วนสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรีควรเน้นการสร้างที่พักอาศัยให้อยู่ในทำเลที่สามารถเดินทางใกล้แหล่งงานหรือได้สะดวก รวมถึงอยู่ใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นและโรงพยาบาล

6.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย ทางผู้ประกอบการทั้งสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีควรมีการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ ให้กับผู้พักอาศัยชาวญี่ปุ่นและควรมีส่วนลดค่าเช่าหรือการอภัยโทษให้กับชาวญี่ปุ่นที่พักอาศัยมาอย่างยาวนาน

6.2.5 ด้านบุคลากร ทางผู้ประกอบการทั้งสำหรับชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย และการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น รวมถึงรับพนักงานที่มีใจรักในงานบริการเข้าร่วมงาน เพื่อความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ

6.3 ข้อค้นพบ

6.3.1 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยด้านสภาพกายภาพของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการหลักที่เด่นที่สุดคือสระว่ายน้ำซึ่งแตกต่างจากการสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment ย่านสุขุมวิทที่ได้เน้นการออกแบบหน้าต่างและรูปแบบที่หรูหรา (บทสัมภาษณ์คุณวนิษา ทั้งสกุลทอง Burgundy Place สุขุมวิทซอย 55 และบทสัมภาษณ์คุณอรยันนารูลา Narindra Residence ถนนสุขุมวิทซอย 33) ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยด้านที่พอกอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรีจากผลวิจัยพบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านที่พอกอาศัยที่เด่นที่สุดคือเรื่องการจัดวาง layout ในห้องพอกอาศัยซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment ย่านศรีราชาที่ได้เน้นพื้นที่ห้องพักที่กว้างและการจัดวาง layout (บทสัมภาษณ์คุณนุชรีทองสุขผู้จัดการ Green Life Sriracha)

6.3.2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยด้านทำเลที่พอกอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีจากผลวิจัยพบว่าด้านทำเลที่พอกอาศัยนั้นเรื่องการรู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นมีความสำคัญมากซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment ต่างๆที่ได้เน้นทำเลใกล้เคียงแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น

นอกจากนี้เมื่อเทียบกับแนวความคิดเรื่องการเลือกที่อยู่อาศัยของ Brain Goodall (1972) จะเห็นได้ว่าปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยด้านทำเลที่พอกอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการจะเน้นทำเลที่รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่นซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดนี้เนื่องจากแนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยจะพิจารณา ลักษณะของชุมชนผู้อยู่อาศัย โดยจะเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยที่มี สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนหรือคล้ายกับตนเอง ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้นๆ กับพื้นที่โดยรอบ

ในขณะที่ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยด้านทำเลที่พอกอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรีจะสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการเลือกที่อยู่อาศัยของ Brain Goodall (1972) และ Berry and Frank K. Horton (1970) คือ มีการเลือกที่พอกอาศัยที่พิจารณาเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

6.3.3 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยด้านบุคลากรของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการจากผลวิจัยพบว่าให้ความสำคัญกับพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่นมากที่สุดซึ่งแตกต่างจากการสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment ย่านสุขุมวิทที่ได้เน้นให้ลูกค้าอยู่แบบ Home จึงดูแลลูกค้าให้รู้สึกเหมือนอยู่บ้านอยู่กับครอบครัวหรือเป็นเพื่อนกัน (บทสัมภาษณ์คุณสุวิษ และคุณมิวผ่องรังสิตพล P.R. Home ถนนสุขุมวิทซอย 49) ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยด้านบุคลากรของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดชลบุรีจากผลวิจัยพบว่าให้ความสำคัญกับพนักงานให้มีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พอกอาศัยมากที่สุดซึ่งแตกต่างจากการสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment ย่านศรีราชาซึ่งเน้นความเป็นกันเองมีเจ้าของเป็นชาวญี่ปุ่นสามารถดูแลลูกค้าได้ตลอด (บทสัมภาษณ์คุณนุชรีทองสุขผู้จัดการ Green Life Sriracha)

6.3.4 ค้นพบโอกาสในการทำธุรกิจบ้านให้เช่าสำหรับชาวญี่ปุ่นในอนาคต โดยมีข้อสังเกตที่ว่าชาวญี่ปุ่นมักเลือกเช่าเซอวิสอพาร์ทเมนท์ด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการการบริการจากแม่บ้านด้วย ดังนั้น

โอกาสในการทำธุรกิจเซอร์วิสโฮม (Service Home) ในอนาคต ซึ่งเป็นธุรกิจแนวทางใหม่ที่น่าจะมีโอกาสเติบโตได้อีก

6.3.5 งานวิจัยในครั้งนี้มีข้อแตกต่างจากงานวิจัยอื่นๆ ในด้านวัตถุประสงค์ คืองานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของแรงงานชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี และเพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี แต่งานวิจัยอื่นๆจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน คือเพื่อสังเกตสภาพที่พักอาศัยและพฤติกรรมอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น, เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของสภาพและพฤติกรรมของผู้พักอาศัย(ภาธิณีศรีอาจ: 2549), เพื่อศึกษาสภาพความเป็นอยู่ความพึงพอใจปัญหาที่อยู่อาศัยของลูกจ้างแรงงานในเขตอุตสาหกรรมของเอกชน(ศิริมานะศาตมัย: 2537), เพื่อหาปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัยทั้งในรูปแบบเช่าและเช่าซื้อและเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย(วิภาวรรณสัตตบุษย์สุทธิ: 2537)

อีกทั้งมีกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันอีกด้วย โดยงานวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างคือชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี แต่งานวิจัยอื่นๆจะมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในโครงการริเอิลูมพินีเรสซิเดนซ์กรุงเทพมหานคร(ภาธิณีศรีอาจ: 2549), กลุ่มลูกจ้างแรงงานและกลุ่มผู้ประกอบการสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ฯศรีราชาจังหวัดชลบุรี(ศิริมานะศาตมัย: 2537) และผู้ที่ทำงานในตลาดกระบุง(วิภาวรรณสัตตบุษย์สุทธิ: 2537)

ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะแตกต่างกันอีกด้วยคืองานวิจัยในครั้ง นี้สามารถเข้าใจถึงสภาพสังคม เศรษฐกิจวัฒนธรรมพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี แต่งานวิจัยอื่นๆจะมีผลลัพธ์ที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละงานวิจัยคือ เข้าใจถึงพฤติกรรมอยู่อาศัยต้องการที่พักใกล้ชุมชนโรงพยาบาลสิ่งอำนวยความสะดวกและคมนาคมสะดวก(ภาธิณีศรีอาจ: 2549), เข้าใจถึงระดับความพึงพอใจของแรงงานต่อลักษณะที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม(ศิริมานะศาตมัย: 2537) และเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อบ้าน(วิภาวรรณสัตตบุษย์สุทธิ: 2537)

6.3.6 สภาพสังคมของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีที่มีสถานภาพแต่งงานแล้วจะพารรยาและบุตรเข้ามาพักอาศัยอยู่ในประเทศไทยด้วย เนื่องจากทางบริษัทมีสวัสดิการที่รองรับค่าใช้จ่ายด้านที่พักอาศัยให้กับชาวญี่ปุ่นอยู่แล้ว โดยส่วนใหญ่จะเลือกห้องพักที่มี 2-3 ห้องนอนและเลือกทำเลที่พักอาศัยใกล้แหล่งชุมชนและใกล้โรงเรียนของบุตร เนื่องจากภรรยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยทั้งหมด

ในขณะที่ชาวญี่ปุ่นที่มีสถานภาพโสดโดยส่วนใหญ่จะเลือกห้องนอนแบบสตูดิโอหรือแบบ 1 ห้องนอนและจะเลือกทำเลที่เดินทางไปทำงานสะดวกและอยู่ใกล้แหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น

6.3.7สภาพเศรษฐกิจของชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในจังหวัดสมุทรปราการและชลบุรีเกือบทั้งหมดเป็นพนักงาน Contract ส่วนใหญ่จะพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์แบบเช่า เพราะเข้ามาทำงานระยะเวลาไม่นาน 3-5 ปี ซึ่งชาวญี่ปุ่นที่มีระดับรายได้ต่อเดือนสูง มีตำแหน่งการทำงานระดับผู้บริหารคือ ประธาน ผู้อำนวยการ กรรมการผู้จัดการส่วนใหญ่ทางบริษัทจะจัดรถประจำตำแหน่งและพนักงานขับรถส่วนตัวให้ จะเลือกที่พักอาศัยที่มีพื้นที่ใช้สอยภายในห้องพักกว้างขวาง2-3 ห้องนอนซึ่งราคาเช่า

สูงตามไปด้วย โดยระดับราคาค่าเช่าที่เลือกจะมากกว่าชาวญี่ปุ่นที่มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า เนื่องจากสวัสดิการเกี่ยวกับค่าเช่าของที่พักที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน ตำแหน่งที่สูงกว่าจะได้รับค่าเช่าที่สูงกว่า



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 6-1 เปรียบเทียบข้อแตกต่างของงานวิจัยครั้งนี้กับงานวิจัยอื่นๆ

ผู้แต่ง / ปี	ภานินี ศรีอาจ 2549	ศิริมานะ ศาตมัย 2537	วิภาวรรณ สัตตบุษย์สุทธิ 2537	ขวัญข้าว มานะขจรเวช 2556
หัวข้อ	สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ในสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวผ่านกระยะ ยาว: กรณีศึกษา โครงการ ริเออี ลุมพินี เรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานคร	การจัดการที่อยู่อาศัยของแรงงานในเขต อุตสาหกรรมของเอกชน กรณีศึกษาสวน อุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ฯ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี	ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ทำงานใน นิคมอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา นิคม อุตสาหกรรมลาดกระบัง	ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของ ชาวญี่ปุ่นที่ได้รับอนุญาตทำงานในจังหวัด สมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี
วัตถุประสงค์	เพื่อสังเกตสภาพที่พักอาศัยและพฤติกรรม การอยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น	เพื่อศึกษาสภาพความเป็นอยู่ ความพึง พอใจ ปัญหาที่อยู่อาศัยของลูกจ้าง แรงงานในเขตอุตสาหกรรมของเอกชน	เพื่อหาปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัย ทั้ง ในรูปแบบเช่าและเช่าซื้อ	เพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของ แรงงานชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาตเข้ามา ประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการและ จังหวัดชลบุรี
	เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของสภาพ และพฤติกรรมของผู้พักอาศัย		เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ต้องการที่อยู่อาศัย	เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการ ตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ ได้รับใบอนุญาตเข้ามาประกอบชีพใน จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี
กลุ่มตัวอย่าง	ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในโครงการ ริเออี ลุมพินี เรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานคร	กลุ่มลูกจ้างแรงงาน	ผู้ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง	ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี
		กลุ่มผู้ประกอบการ		
ผลการศึกษา	พฤติกรรมที่พักอาศัยต้องการที่พักใกล้ ชุมชน โรงพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และคมนาคมสะดวก	แรงงานที่มีความพึงพอใจต่อลักษณะที่อยู่ อาศัยและสภาพแวดล้อมในระดับปานกลาง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ทำให้เกิดความ ต้องการซื้อบ้าน คือการเป็นผู้ที่มีเงินเก็บ/ เงินออม	สภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่ พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นที่ได้รับใบอนุญาต เข้ามาประกอบชีพในจังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี

6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

6.4.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมด้านกายภาพในการออกแบบห้องพักเพื่อให้ตรงกับความต้องการของชาวญี่ปุ่น

6.4.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำการตลาดเรื่องที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่น ในทุกๆ ด้าน คือด้านสภาพกายภาพด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากร เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจให้เหมาะสมกับความต้องการของชาวญี่ปุ่น

6.4.3 ควรศึกษาโอกาสเติบโตในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกันกับการพักอาศัยของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย เช่นธุรกิจเช่าเฟอร์นิเจอร์ ธุรกิจย้ายบ้าน ธุรกิจด้านการบริการ ฯลฯ ซึ่งน่าจะมีโอกาสในการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายการอ้างอิง

(2556). from http://www.thairentcenter.com/product.detail_742653_th_1398259.

(มหาชน), บ. ส. จ. (2552). เกี่ยวกับสหพัฒน์.

(มหาชน), บ. ส. จ. (2552). ข้อมูลเกี่ยวกับสหพัฒน์.

Oknation (24 มิถุนายน 2556). ทูน่าญี่ปุ่นก๊วนซื้อคอนโดสุภูมิวิท.

Plus (3 ตุลาคม 2554). Plus, ไทยมาแรงครองอันดับหนึ่งเหมาะที่จะเป็นที่อยู่ของต่างชาติหลังเกษียณจากการสำรวจของธนาคารระดับโลก.

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2555). จำนวนนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย.

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). "ข้อมูลนิคมอุตสาหกรรมบางปู." from <http://www.ieat.go.th/main/default/showMenuDetail/id/568>.

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). "ข้อมูลนิคมอุตสาหกรรมบางพลี ". from <http://www.ieat.go.th/main/default/showMenuDetail/id/569>.

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). นิคมอุตสาหกรรมบางปู

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). "นิคมอุตสาหกรรมบางปู." from <http://www.ieat.go.th/main/default/showMenuDetail/id/568>.

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2556). นิคมอุตสาหกรรมบางพลี.

จำกัด, บ. d. (2556). "แผนที่บริษัท dzcard จำกัด ". Retrieved 20 สิงหาคม 2556, from www.ezyjob.com.

จำกัด, บ. K. (3 มิถุนายน 2553). บทสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment.

จำกัด, บ. K. (24 มิถุนายน 2553). บทสัมภาษณ์เจ้าของ Apartment.

จำกั๊ด, บ. ส. (2552). ประวัติ ความเป็นมา.

จำกั๊ด, บ. ส. (2552). ประวัติ ความเป็นมา ของบริษัท.

จำกั๊ด, บ. ส. (2556). "แผนที่บริษัท ฮะฮงสตีล จำกั๊ด." Retrieved 20 สิงหาคม 2556, from hahhongsteel.com.

จิตต่อนันต์, บ. (2536). "การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย." Retrieved 13 สิงหาคม 2556, 2556, from www.science.cmru.ac.th/scienceblog/admin/blog/file/230411123232.doc.

นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). "ข้อมูลเปรียบเทียบนิคมอุตสาหกรรมอมตะ 3 แห่ง."

นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). ความเป็นมา.

นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). ความเป็นมา (ต่อ).

นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (2552). นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ประเทศไทย.

วานิชย์บัญชา, ก. (2542). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.

สถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย (2553). ข้อมูลสถิติแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานในประเทศไทย.

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (เมษายน 2550). ฐานข้อมูล GIS โรงงานอุตสาหกรรม.

สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2555). จำนวนประชากรชาวญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี.

สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2555). จำนวนแรงงานต่างชาติ.

สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2555). แรงงานชาวญี่ปุ่นทำงานจำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



แบบสอบถามเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยของแรงงานชาวญี่ปุ่นที่ได้รับ
อนุญาตทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ และ อำเภอสตรีราชา จังหวัดชลบุรี

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาวิทยานิพนธ์ ในระดับปริญญาโท หลักสูตรการพัฒนา
อสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล
เพื่อประกอบการศึกษา และขอกราบขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา
ณ โอกาสนี้

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

- 1) เพศ 1) ชาย 2) หญิง
- 2) อายุ 1) ต่ำกว่า 25 ปี 2) 26 - 35 ปี 4) 36 - 45 ปี
 5) 46 - 55 ปี 6) 55 ปีขึ้นไป
- 3) ระดับการศึกษาสูงสุด
 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี
- 4) สถานภาพ 1) โสด 2) แต่งงาน จำนวนบุตร คน
 3) หย่าร้าง 4) แยกกันอยู่
 5) อื่นๆ โปรดระบุ
- 5) ระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของท่าน
1. น้อยกว่า 25,000 บาท 2. 25,000 - 29,999 บาท
3. 30,000 - 49,999 บาท 4. 50,000 - 69,999 บาท
5. 70,000 บาทขึ้นไป

6) อาชีพ

1. นักเรียน / นักศึกษา 2. พนักงานประจำ
 3. พนักงาน Sub-contract 4. พนักงาน Contract 5. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
 6. แม่บ้าน 7) อื่นๆ โปรดระบุ

7) ตำแหน่ง

- 1) ประธานกรรมการบริหาร 2) กรรมการผู้จัดการ
 3) ผู้จัดการ 4) พนักงานระดับหัวหน้างาน
 5) ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ชำนาญพิเศษ 6) ผู้ให้คำปรึกษา
 7) อื่นๆ โปรดระบุ

8) สถานที่ทำงาน บริษัท.....นิคม.....

1.2 ข้อมูลลักษณะการอยู่อาศัยปัจจุบัน

1) สถานที่ตั้ง

2) ในปัจจุบันท่านอาศัยในที่พักประเภทใด

- 1) บ้านเดี่ยว 2) ทาวน์เฮ้าส์ 3) Service Apartment
 4) ตึกแถว 5) คอนโดมิเนียม 6) โรงแรม
 7) อื่นๆ

3) ลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

- 1) เป็นเจ้าของ 2) เช่า 3) อาศัยอยู่โดยไม่เสียค่าเช่า
 4) อื่นๆ

4) ช่องทางการหาซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัย

- 1) หาด้วยตนเอง 2) ผ่านฝ่ายบุคคลของบริษัท
 3) ผ่านเอเจนซี่ 4) อื่นๆ

5) การตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัย

- 1) ตัดสินใจด้วยตนเอง 2) ฝ่ายบุคคลของบริษัทตัดสินใจ
 3) ปรึกษาเอเจนซี่
 4) อื่นๆ

6) ราคาของที่อยู่อาศัย

6.1) กรณีซื้อ : ราคาที่อยู่อาศัย

1. น้อยกว่า 500,000 บาท 2. 500,001 – 1,000,000 บาท
 3. 1,000,001 - 2,000,000 บาท 4. 2,000,001 - 3,000,000 บาท
 5. 3,000,001 - 4,000,000 บาท 6. 4,000,001 - 5,000,000 บาท

7. 5,000,000 บาทขึ้นไป

6.2) กรณีเช่า : ค่าเช่าต่อเดือน

1. น้อยกว่า 5,000 บาท 2. 5,001 – 10,000 บาท
 3. 10,000 - 20,000 บาท 4. 20,001 - 30,000 บาท
 5. 30,001 - 40,000 บาท 6. 40,001 - 50,000 บาท
 7. 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ประเด็น/ด้าน	ระดับความสำคัญ					กรุณาให้ ข้อเสนอแนะ/ความ ความคิดเห็น
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ	ปาน กลาง	สำคัญ น้อย ที่สุด	ไม่ สำคัญ เลย	
	5	4	3	2	1	
1. ด้านที่อยู่อาศัย						
1.1 ประเภทของที่อยู่อาศัย (เช่น บ้านเดี่ยว คอนโด)						
1.2 ลักษณะของที่อยู่อาศัย						
- พื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัย						
- รูปแบบอาคาร (เช่น ความทันสมัย)						
- สภาพที่อยู่อาศัย/อาคาร						
- การจัดวาง layout ในห้องพักอาศัย						
- บรรยากาศดี						
- สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและ สภาพดี						
- พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ						
- พื้นที่ส่วนกลางมีความสะอาด						
- Fitness						
- สระว่ายน้ำ						
- ห้องสมุด						
- Wi-Fi						
- ความปลอดภัย						
- ระบบสาธารณูปโภค						
- จำนวนผู้ที่อยู่อาศัยร่วมในแหล่งพักอาศัยมีมาก เกินไป						
- ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม (เช่น การ จัดการขยะ อากาศถ่ายเทสะดวก)						

2. ด้านราคาของที่อยู่อาศัย						
2.1 ราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของที่อยู่อาศัย						
3. ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย						
3.1 การเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวก (ใกล้แหล่งงาน, ใช้เวลาเดินทางน้อย)						
3.2 การคมนาคมขนส่งทั่วถึง						
3.3 การเดินทางไปโรงพยาบาลสะดวก						
3.4 การเดินทางไปสถานศึกษาของบุตร						
3.5 การเดินทางไปจับจ่ายซื้อของสะดวก						
3.6 รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชนชาวญี่ปุ่น						
4. ด้านส่งเสริมการขายของที่อยู่อาศัย						
4.1 ส่วนลดราคาห้อง / เซ่า						
4.2 กิจกรรมในวันพิเศษ						
ประเด็น/ด้าน	ระดับความสำคัญ					กรุณาให้ ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็น
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ	ปาน กลาง	สำคัญ น้อย ที่สุด	ไม่ สำคัญ เลย	
	5	4	3	2	1	
5. ด้านบุคลากรของที่อยู่อาศัย						
5.1 ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ						
5.2 พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น						
5.3 พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ						
5.4 พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย						
5.5 พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป สามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้						

ท่านต้องการซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยระหว่างการทำงานในประเทศไทย

ซื้อ เช่า

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ประเด็น/ด้าน	ระดับความพึงพอใจ					กรุณาให้เหตุผลหรือ ข้อเสนอแนะ ในกรณีที่เลือก ไม่พอใจ หรือไม่พอใจมากที่สุด
	พอใจ มากที่สุด	พอใจ	เฉยๆ	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ มากที่สุด	
	5	4	3	2	1	
1. ด้านที่อยู่อาศัย						
1.1 ประเภทของที่อยู่อาศัย (เช่น บ้านเดี่ยว คอนโด)						
1.2 ลักษณะของที่อยู่อาศัย						
- พื้นที่ใช้สอยในห้องพักอาศัย						
- รูปแบบอาคาร (เช่น ความทันสมัย)						
- สภาพที่อยู่อาศัย/อาคาร						
- การจัดวาง layout ในห้องพักอาศัย						
- บรรยากาศดี						
- สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพียงพอและ สภาพดี						
- พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวางเพียงพอ						
- พื้นที่ส่วนกลางมีความสะอาด						
- Fitness						
- สระว่ายน้ำ						
- ห้องสมุด						
- Wi-Fi						
- ความปลอดภัย						
- ระบบสาธารณูปโภค						
- จำนวนผู้ที่อยู่อาศัยร่วมในแหล่งพักอาศัยมีมาก เกินไป						
- ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม (เช่น การ จัดการขยะ อากาศถ่ายเทสะดวก)						
2. ด้านราคาของที่อยู่อาศัย						
2.1 ราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของ ที่อยู่อาศัย						
3. ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย						
3.1 การเดินทางไปแหล่งทำงานได้สะดวก (ใกล้ แหล่งงาน, ใช้เวลาเดินทางน้อย)						
3.2 การคมนาคมขนส่งทั่วถึง						
3.3 การเดินทางไปโรงพยาบาลสะดวก						
3.4 การเดินทางไปสถานศึกษาของบุตร						
3.5 การเดินทางไปจับจ่ายซื้อของสะดวก						
3.6 รู้จักคนในบริเวณใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชน ชาวญี่ปุ่น						

4. ด้านส่งเสริมการขายของที่อยู่อาศัย						
4.1 ส่วนลดราคาห้อง / เช่า						
4.2 กิจกรรมในวันพิเศษ						
5. ด้านบุคลากรของที่อยู่อาศัย						
5.1 ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ						
5.2 พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น						
5.3 พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ						
5.4 พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องที่พักอาศัย						
5.5 พนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป สามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้						
6. ภาพรวมความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ท่านมีความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับใด						

ถ้าท่านสามารถย้ายที่อยู่ได้ ท่านต้องการย้ายที่อยู่ออาศัยในปัจจุบันไปยังที่อยู่ใหม่หรือไม่

ต้องการ ไม่ต้องการ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

..... จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้



Questionnaire about factors to make decision in buying or renting the residence in Thailand of Japanese expatriates who are given work permit in Samutprakarn and Sriracha district, Chonburi province

This questionnaire form is one of thesis in Master degree of Real Estate Development, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University which the purpose is to collect data with company or entrepreneur that related to thesis topic.

Part 1 : Personnel Information

Note: Please mark " ✓ " for each question

1.1 Personnel Information (Mark " ✓ " one answer)

- 1) Gender 1) Male 2) Female
- 2) Age 1) Less than 25 years old 2) 26 - 35 years old
 4) 36 – 45 years old
 5) 46 - 55 years old 6) More than 55 years old
- 3) Education level
 1) Elementary education 2) Secondary/High school education or similar
 3) Bachelor degree 4) Higher than Bachelor degree
- 4) Status
 1) Single 2) Married (with children)
 3) Divorced 4) Separated
 5) Others, Please specify
- 5) Salary base
1. Below 50,000 Baht 2. 50,000 – 75,000 Baht
3. 75,001 - 100,000 Baht 4. 100,001 - 125,000 Baht
5. Above 125,000 Baht

6) Occupation

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Student | 2. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Permanent employee |
| 3. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Sub-contract employee | 4. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Contract employee |
| 5. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Business owner | 6. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Housewife |
| 7. <input type="checkbox"/> Others, Please specify | |

7) Work position

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) Chairman | <input type="checkbox"/> 2) President |
| <input type="checkbox"/> 3) General manager | <input type="checkbox"/> 4) Manager/Supervisor |
| <input type="checkbox"/> 5) Specialist/Expert level | <input type="checkbox"/> 6) Advisor |
| <input type="checkbox"/> 7) Others, Please specify | |

8) Company

- | | |
|--|---|
| Industrial Estate <input type="checkbox"/> 1) Bangpoo | <input type="checkbox"/> 2) Bangplee |
| <input type="checkbox"/> 3) Amatanakorn | <input type="checkbox"/> 4) Sri Racha Industrial Park |

1.2 Information about your current residence

- 1) Location** 1) Sukhumvit Soi 1-30 2) Sukhumvit Soi 31-63
 3) Sri Racha area 4) Other

2) Type of your residence

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) Single House | <input type="checkbox"/> 2) Townhouse | <input type="checkbox"/> 3) Service Apartment |
| <input type="checkbox"/> 4) Commercial building | <input type="checkbox"/> 5) Condominium | <input type="checkbox"/> 6) Hotel |
| <input type="checkbox"/> 7) Others, Please specify | | |

3) Ownership of your residence

- | | | |
|---|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1) Tenure | <input type="checkbox"/> 2) Tenant | <input type="checkbox"/> 3) Guest (Not required to pay rent) |
| <input type="checkbox"/> 4) Others..... | | |

4) How did you find this residence?

- | | | |
|--|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) by oneself | <input type="checkbox"/> 2) by HR department | <input type="checkbox"/> 3) by Agency |
| <input type="checkbox"/> 4) Others, Please specify | | |

5) Decision maker(influencer) to buy/rent the residence

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) by oneself | <input type="checkbox"/> 2) by HR department |
| <input type="checkbox"/> 3) Agency consultant | <input type="checkbox"/> 4) Others, Please specify |

6) Normally where to buy/shopping from your residence

- 1) Shopping mall 2) Hypermart 3) Traditional store
 4) Convenient store 5) Others, Please specify

7) From (6) How far from your residence?

- 1) 1-5 km 2) 6-10km 3) 11-15km 4) Others, Please specify

8) From (7) Are you satisfied for distance between your shopping place and residence?

- 1) Yes 2) No (If no, how far that you will be satisfied km)

8) Price of residence

8.1) Purchase of residence : Price

1. Below 500,000 Baht 2. 500,001 – 1,000,000 Baht
 3. 1,000,001 - 2,000,000 Baht 4. 2,000,001 - 3,000,000 Baht
 5. 3,000,001 - 4,000,000 Baht 6. 4,000,001 - 5,000,000 Baht
 7. Above 5,000,000 Baht

8.2) Leasing of residence : Price

1. Below 50,000 Baht 2. 50,001 – 70,000 Baht
 3. 70,001 - 90,000 Baht
 4. 90,001 - 110,001 Baht 5. 110,001 - 130,000 Baht
 6. 130,001 - 150,000 Baht 7. Above 150,000 Baht

**Part 2 Factors which influence the decision
for choice of residence**

Note: Please mark " ✓ " for one

Factors	Priority level					Please give comment/suggestion
	Highest	High	Fair	Low	Lowest	
	5	4	3	2	1	
1. Residence Factors						
1.1 Type of residence (e.g. service apartment, condo)						
1.2 Quality of Residence						
- Room Space						
- Building design						
- Living condition						
- Design layout						
- Environment						
- Sufficiency and Quality of equipment, utility, furniture in room						
- Spacious of common area						
- Cleanliness of common area						
- Fitness						
- Swimming pool						
- Library						
- Wi-Fi internet						
- Security						
- Public utility						
- Occupancy of the residency						
- Surrounding and residential management (e.g. Garbage disposal management, Ventilating system)						
2. Price of the Residence Factors						
2.1 Reasonable price (compared to the quality of the residence)						
3. Location of the Residence Factors						
3.1 Convenience of the location (e.g. Less traveling time to office)						
3.2 Convenience of transportation						
3.3 Convenience of living near hospital						
3.4 Convenience of living near schools						
3.5 Convenience of living near supermarket/department store						
3.6 Convenience of living near Japanese society						

4. Promotion of Sales Factor						
4.1 Discount of the rent/purchase						
4.2 Occasional activities						
5. Residential Service Provider Factor						
5.1 Prompt service						
5.2 Ability to communicate in Japanese						
5.3 Ability to communicate in English						
5.4 Knowledge and ability to give residential advice						
5.5 Knowledge and ability to give general advice						

Would you like to buy or rent the residence during your stay in Thailand?

Buy

Rent

Part 3 Satisfaction in your current residence

Note: Please mark "✓" for one score of each question

Issue	Satisfaction level					Please give the reason/recommend if you choose "1" or "2" score
	Very satisfied	Satisfied	Fair	Dis-satisfied	Very dis-satisfied	
	5	4	3	2	1	
1. Residence Factors						
1.1 Type of residence (e.g. service apartment, condo)						
1.2 Quality of Residence						
- Room Space						
- Building design						
- Living condition						
- Design layout						
- Environment						
- Sufficiency and Quality of equipment, utility, furniture in room						
- Spacious of common area						
- Cleanliness of common area						
- Fitness						
- Swimming pool						
- Library						

- Wi-Fi internet						
- Security						
- Public utility						
- Occupancy of the residency						
- Surrounding and residential management (e.g. Garbage disposal management, Ventilating system)						
2. Price of the Residence Factors						
2.1 Reasonable price (compared to the quality of the residence)						
3. Location of the Residence Factors						
3.1 Convenience of the location (e.g. Less traveling time to office)						
3.2 Convenience of transportation						
3.3 Convenience of living near hospital						
3.4 Convenience of living near schools						
3.5 Convenience of living near supermarket/department store						
3.6 Convenience of living near Japanese society						
4. Promotion of Sales Factor						
4.1 Discount of the rent/purchase						
4.2 Occasional activities						
5. Residential Service Provider Factor						
5.1 Prompt service						
5.2 Ability to communicate in Japanese						
5.3 Ability to communicate in English						
5.4 Knowledge and ability to give residential advice						
5.5 Knowledge and ability to give general advice						
6. Overall satisfaction level in your current residence						

If possible, would you like to reallocate to the new/other residence?

Yes

No

Part 4 Other opinions

Suggestion:

.....

Thank you for your kind participation and time



サムットプラカーン県、シラチャ市チョンブリー県にて
働く許可を与えた日本人労働者
における住宅購入、賃貸の要因に関するアンケートの回
答協力をお願いについて

このアンケートはチュラーロンコーン大学建築学部、不
動産の開発講座、修士論文、研究のためのデータ収集。
アンケートにご回答頂き、誠にありがとうございました。

設問に沿って回答する箇所には を入れてください。

第1 一般的な情報

1.1 個人情報

- 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) 46-55 歳 5) 55 歳以上
- 3) 最終学歴 1) 小学校 2) 中学校/高等学校 3) 大学
 4) 大学以上
- 4) 生活状況 1) 未婚 2) 既婚 子供()人
 3) 離婚 4) 別居
 5) その他 (記入して下さい)
- 5) 月収
- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> 50000 以下 | 2. <input type="checkbox"/> 50001-75000 以上 |
| 3. <input type="checkbox"/> 75001-100000 以上 | 4. <input type="checkbox"/> 100001-125000 以上 |
| 5. <input type="checkbox"/> 125000 以上 | |

1. 500,000 以下
 2. 500,001 - 1,000,000
 3. 1,000,001 - 2,000,000 4. 2,000,001 - 3,000,000
 5. 3,000,001 - 4,000,000 6. 4,000,001 - 5,000,000
 7. 5,000,000以上

6.2) 賃貸の場合: 月の家賃

1. 50,000以下
 2. 50,001 - 70,000 3. 70,001 - 90,000
 4. 90,001 - 110,000 5. 110,001 - 130,000 6. 130,001 - 150,000
 7. 150,000以上

第2選択の要因

要因	大切さ					意見
	非常に大切	大切	普通	あまり大切ではない	大切ではない	
	5	4	3	2	1	
1. 住宅						
1.1 種類 例)一戸建、コンド ミニウム						
1.2 住宅地の状態						
- 延べ坪						
- デザイン例) 最新の						
- 住宅の建物の状態						
- レイアウト						
- 良い雰囲気						
- 設備が足る						
- 公共施設が広い						
- 公共施設がきれい						
- フィットネス						
- プール						
- 図書館						
- 無線LAN						
- 安全						
- 公共事業システム						

- 住人が多過ぎる						
- 良い環境例) ゴミの処理、 通気						
2. 価格						
2.1 品質に見合った適切な価格						
3. 位置						
3.1 通勤しやすい 例) 職場に 近い、あまり時間がかからない						
3.2 交通機関が良い						
3.3 病院に行くのは便利						
3.4 学校に行くのは便利						
3.5 買い物しに行くのは便利						
3.6 日本人街に近い						
4. 販売促進						
4.1 割引						
4.2 特別な日の活動						
5. 住宅のサービス						
5.1 職員さんが快く丁寧にサー ビスする						
5.2 職員さんは日本語が分かる						
5.3 職員さんは英語が分かる						
5.4 職員さんは住宅の情報、知 識を持ってる						
5.5 職員さんは一般的な知識を 持ち、疑問点を説明できる						

あなたは、購入と賃貸はどちらを選択しますか 購入 賃貸

第3現在の住宅の満足

要因	満足度					意見 (「不満」、「非 常に不満」を選 んだ場合、理由
	非 常に 満足	満 足	普 通	不 満	非 常に 不 満	
	5	4	3	2	1	

						や意見を書いて ください
1. 住宅						
1.1 種類 例) 一戸建、コン ドミニアム						
1.2 住宅地の状態						
- デザイン例) 最新の						
- 住宅の建物の状態						
- レイアウト						
- 良い雰囲気						
- 設備が足る						
- 公共施設が広い						
- 公共施設がきれい						
- フィットネス						
- プール						
- 図書館						
- 無線LAN						
- 安全						
- 公共事業システム						
- 住人が多過ぎる						
- 良い環境例) ゴミの処理、 通気						
2. 価格						
2.1 品質に見合った適切な価 格						
3. 位置						
3.1 通勤しやすい 例) 職場 に近い、あまり時間がかか らない						
3.2 交通機関が良い						
3.3 病院に行くのは便利						
3.4 学校に行くのは便利						
3.5 買い物しに行くのは便利						
3.6 日本人街に近い						
4. 販売促進。						
4.1 割引						
4.2 特別な日の活動						
5. 住宅のサービス						

5.1職員さんが快く丁寧にサービスする						
5.2職員さんは日本語が分かる						
5.3職員さんは英語が分かる						
5.4職員さんは住宅の情報、知識を持ってる						
5.5職員さんは一般的な知識を持ち、疑問点を説明できる						
6.全体の満足度						

もし住宅を変更できたら、変更しますか？ はい いいえ

第 4他の提案

提案.....
.....

貴重なお時間を割いて頂き、誠にありがとうございました。

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายชื่อผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	รายละเอียด	ประเภท
1	บริษัท เค พี เอ็น พลาสติก จำกัด (มหาชน)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับรถยนต์- รถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนพลาสติกต่าง ๆ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
2	บริษัท เค.เอ็ม.อินเตอร์แล็บ จำกัด	เครื่องสำอาง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
3	บริษัท เค.เอ็ม.อินเตอร์แล็บ จำกัด	เครื่องสำอาง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
4	บริษัท เคพีเอ็น เทคโนโลยี จำกัด	แม่พิมพ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
5	บริษัท เจ เอส บี วายส์ ไฟเบอร์กลาส โปร ดักส์ จำกัด	ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไฟเบอร์กลาส	ธุรกิจอุตสาหกรรม
6	บริษัท เซอวาล อิเล็กทรอนิกส์ เอ็นโกลสเซอร์ จำกัด	ตู้, กล่องโลหะ และส่วนประกอบสำหรับ งานอิเล็กทรอนิกส์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
7	บริษัท เท็นริว ซอว์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ใบเลื่อยอุตสาหกรรม และบริการลับคม ใบเลื่อยที่ใช้แล้ว	ธุรกิจอุตสาหกรรม
8	บริษัท เฟดเดอร์ล โพลี จำกัด	ผลิตผ้าใบ กระสอบ และมุ้งตาข่ายทำ จากพลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
9	บริษัท เฟอร์เนีย แอลซีแอล จำกัด	เครื่องเรือนและเครื่องตกแต่งภายใน อาคาร	ธุรกิจอุตสาหกรรม
10	บริษัท เฟิสท์ เวิลด์ อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด	ผลิตสัตว์น้ำแช่แข็ง ผลไม้แช่แข็ง ผักและ ผลไม้บรรจุกระป๋อง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
11	บริษัท เฟิสท์ อินเตอร์เนชั่นแนล แคนนิง จำกัด	ผักผลไม้บรรจุกระป๋อง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
12	บริษัท เยอรมัน ไทย บอยเลอร์ แมนนิวแฟค เชอริง จำกัด	เครื่องกำเนิดไอน้ำ อุปกรณ์ถ่ายเทความ ร้อนและถังความดัน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
13	บริษัท เยอรมันแอนจิเนียริงแอนด์แมชีนเนอร์ จำกัด	ชิ้นส่วนเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรม ผลิตอาหาร	ธุรกิจอุตสาหกรรม
14	บริษัท เลอองกา เวิลด์ จำกัด	วิกผม	ธุรกิจอุตสาหกรรม
15	บริษัท เวลล่า (ประเทศไทย) จำกัด	เครื่องสำอาง	ธุรกิจอุตสาหกรรม

16	บริษัท เวียโก้ อินเตอร์ เคมีคอล จำกัด	สีอุตสาหกรรม	ธุรกิจอุตสาหกรรม
17	บริษัท เอเชียการ์เมนต์ จำกัด	ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป	ธุรกิจอุตสาหกรรม
18	บริษัท เอ็น.เอส.โอ.(ประเทศไทย) จำกัด	อุปกรณ์กันรั่ว	ธุรกิจอุตสาหกรรม
19	บริษัท เอ็นโต้ ไลท์ติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	โคมไฟฟ้า ฐานโคมไฟฟ้าเพื่อส่งออก และผลิตภัณฑ์จากไม้อัด (ไม้ชิปบอร์ด)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
20	บริษัท เอนโก ไทย โมลดีนส์ จำกัด	แม่พิมพ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
21	บริษัท เอนโก ไทย จำกัด	ล้อลูมินิเยมใช้กับรถยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
22	บริษัท เอนโก ไทย จำกัด	ล้อลูมินิเยมใช้กับรถยนต์ ล้อรถจักรยานยนต์ ผลิตเสื้อสูบล้อจักรยานยนต์ สวิงอาร์มและชิ้นส่วนโซ้ค-อัพ สำหรับรถจักรยานยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
23	บริษัท เอนโก ไทย จำกัด	เสื้อสูบล้อ และชิ้นส่วนสำหรับรถจักรยานยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
24	บริษัท เอนโก ไทย จำกัด	พ่นสีล้อลูมินิเยมรถยนต์ รถจักรยานยนต์ เสื้อสูบล้อ สวิงอาร์ม และชิ้นส่วนโซ้คอัพสำหรับรถจักรยานยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
25	บริษัท เอ็ม ดี (ไทยแลนด์) จำกัด	ให้เช่าอาคารโรงงาน	พาณิชย์กรรม
26	บริษัท เอ็มเอ็มซี อีเล็กทรอนิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิต ประกอบและซื้อมาขายไป ผลิตภัณฑ์อีเล็กทรอนิกส์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
27	บริษัท เอ็มเอ็มพีแพ็คเกจจิ้งกรุ๊ป จำกัด	แผ่นฟิล์มพลาสติกใสสำหรับใช้ห่อของ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
28	บริษัท เอ็มซี ไอ แอนด์ ทีเอสเอส จำกัด	แม่พิมพ์และซ่อมแซมแม่พิมพ์ ผลิตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
29	บริษัท เอ็มซี ไอ แอนด์ ทีเอสเอส จำกัด	ลูกยางกันน้ำ (WIRE SEAL) สำหรับใช้กับอุปกรณ์ไฟฟ้า	ธุรกิจอุตสาหกรรม
30	บริษัท เอ็มปา แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด	ชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์สำหรับรถแทรกเตอร์ และรถบรรทุก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
31	บริษัท เอ็มอาร์ดี แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด	เครื่องจักรและชิ้นส่วนอุปกรณ์ของเครื่องจักรสำหรับผลิตผ้าอนามัย และผ้าที่ไม่ใช้เส้นใยถักทอ	ธุรกิจอุตสาหกรรม

32	บริษัท เอส เค พี ครีเอทีฟ จำกัด	พ่นสีผลิตภัณฑ์พลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
33	บริษัท เฮอริเทจ ทรี จำกัด	ต้นไม้เทียมและพ่นสายไฟต้นไม้เทียม	ธุรกิจอุตสาหกรรม
34	บริษัท แกรนด์ไลท์ เพ้นท์ จำกัด	สีอุตสาหกรรม สีน้ำมัน สีน้ำ แล็กเกอร์ วานิช น้ำมันผสมสี	ธุรกิจอุตสาหกรรม
35	บริษัท แทค สยาม คอร์ป จำกัด	โซ่รถจักรยาน โซ่รถจักรยานยนต์ ซีลวด สลักลูกสูบ ด้ามเบรค แตร คันเกียร์ คันเบรค ขาตั้ง ไส้ท่อ ท่อไอเสีย และปะเก็นรถจักรยานยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
36	บริษัท แทค สยาม คอร์ป จำกัด	โซ่รถจักรยาน โซ่รถจักรยานยนต์ ซีลวด สลักลูกสูบ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
37	บริษัท แพค เดลต้า จำกัด (มหาชน)	ถังพลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
38	บริษัท แม่น้ำ สแตนเลสไวร์ จำกัด	เส้นลวดสแตนเลสและเพลาสแตนเลส	ธุรกิจอุตสาหกรรม
39	บริษัท แอ็ดวานซ์โพลีโปรดักส์ จำกัด	ผ้าใบ กระจสบ มุ้ง และตาข่ายจาก พลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
40	บริษัท โคนัน อิเล็กทริก (ประเทศไทย) จำกัด	อุปกรณ์และส่วนประกอบของ เครื่องยนต์ เครื่องจักร และเครื่องไฟฟ้า (Wire Harness, Processing wire and Terminal)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
41	บริษัท โคบายาชิ ออโต้พาร์ทส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนสำหรับรถจักรยานยนต์ (SHIFT SHAFT)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
42	บริษัท โคบุชิ (ไทยแลนด์) จำกัด	พัดลมและชิ้นส่วนอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศทำจาก พลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
43	บริษัท โคบุชิ (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ เครื่องปรับอากาศ, เครื่องใช้ไฟฟ้า, อิเล็กทรอนิกส์, ยานยนต์ และดัดแปลง แม่พิมพ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
44	บริษัท โคลอสซอล อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด	คลังสินค้า	ธุรกิจบริการ

45	บริษัท โจโฮคุ (ประเทศไทย) จำกัด	อุปกรณ์และส่วนประกอบของ เครื่องยนต์ เครื่องจักร และเครื่องไฟฟ้า (Wire Harness, Processing wire and Terminal)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
46	บริษัท โตเคนอินทีเรียร์ แอนด์ดีไซน์ จำกัด	เฟอร์นิเจอร์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
47	บริษัท โปรเกรส โตโย แมนูแฟคเจอร์ไทย จำกัด	ผลิตและประกอบกระจกส่องข้างและ ส่องหลัง สำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
48	บริษัท โปรแคร์ จำกัด	พลาสติก และพลาสติกอียา และระบบบรรจุผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
49	บริษัท โปสา พลาสติก จำกัด	ผลิตภัณฑ์พลาสติกต่าง ๆ และไฟแช็ค	ธุรกิจอุตสาหกรรม
50	บริษัท โฟมเทคนิค จำกัด	โฟมบรรจุภัณฑ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
51	บริษัท โมเดอนเคมีเคิล จำกัด	แบ่งบรรจุเคมีภัณฑ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
52	บริษัท โมริค (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนไฟฟ้าสำหรับรถยนต์และ รถจักรยานยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
53	บริษัท โมริตะ สปริง (ไทยแลนด์) จำกัด	สปริงเพื่อใช้ในอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
54	บริษัท โลหะประทีปอุตสาหกรรม จำกัด	ผลิตภัณฑ์จากโลหะ เช่น ครุภัณฑ์ใช้ใน ห้องสมุด อุปกรณ์ศูนย์ประมวลผลคอมพิวเตอร์ ชั้น โต๊ะวางของ และตู้เก็บเอกสาร	ธุรกิจอุตสาหกรรม
55	บริษัท โอเรียนทัล เซรามิค จำกัด	ผลิตภัณฑ์ใช้ในอุตสาหกรรมเซรามิก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
56	บริษัท ไก่ดำมหากิจ จำกัด	อาหารสำเร็จรูปในภาชนะที่ผลิตและ อากาศเข้าไม่ได้	ธุรกิจอุตสาหกรรม
57	บริษัท ไตเนีย (ไทยแลนด์) จำกัด	กาว	ธุรกิจอุตสาหกรรม
58	บริษัท ไทคิชา (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์ของระบบปรับอากาศ อุปกรณ์ระบบพ่นสี และอุปกรณ์เหล็ก	ธุรกิจอุตสาหกรรม

59	บริษัท ไทย เอ็น.โอ.เค.จำกัด	อุปกรณ์กันรั่ว (ยางวงแหวน)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
60	บริษัท ไทย โคะอิโท จำกัด	อุปกรณ์โคมไฟรถยนต์ และผลิตแม่พิมพ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
61	บริษัท ไทย โคะอิโท จำกัด	ผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติก และโคมไฟสำหรับยานพาหนะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
62	บริษัท ไทย คีวา เคมิคอลส์ จำกัด	สีย้อมผ้า	ธุรกิจอุตสาหกรรม
63	บริษัท ไทย อาซาฮี แอนด์ โกะ จำกัด	ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ที่ใช้กับผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
64	บริษัท ไทยไดโฮ จำกัด	ปลูกสร้างอาคารชุดโรงงานให้เช่า (FLATTED FACTORY) ขนาดความสูง 3 ชั้น	ธุรกิจอุตสาหกรรม
65	บริษัท ไทย-คาโมะ จำกัด	แถบกระดาษสำหรับดักแมลงวัน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
66	บริษัท ไทยซันอะ จำกัด	อุปกรณ์เตาไมโครเวฟและตู้เย็น	ธุรกิจอุตสาหกรรม
67	บริษัท ไทยพัฒนาโรงงานอุตสาหกรรม จำกัด	ถนนภายในบริเวณโรงงานมาตรฐาน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
68	บริษัท ไทยออฟโตอินเตอร์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด	กรอบแว่นตาโลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
69	บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด	เครื่องสำอาง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
70	บริษัท ไบรเทน โปลิเทรดิง จำกัด	ผลิตเคมีภัณฑ์และแบ่งบรรจุเคมีภัณฑ์ดังกล่าว	ธุรกิจอุตสาหกรรม
71	บริษัท ไลท์ติ้ง เอ็นโต้ (ประเทศไทย) จำกัด	เครื่องเรือนและชิ้นส่วนของเครื่องเรือนที่ทำจากไม้ ผลิตโคมไฟฟ้า ฐานโคมไฟฟ้า	ธุรกิจอุตสาหกรรม
72	บริษัท ไวด์ เฟธ ฟู้ด จำกัด	ขนมอบกรอบ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
73	บริษัท ไฮ-เคม (ประเทศไทย) จำกัด	ให้เช่าอาคารโรงงาน	พาณิชย์กรรม
74	บริษัท ไฮเนส วินเซนซ์ จำกัด	ซอสมะเขือเทศ ซอสพริก น้ำซอสปรุงรส	ธุรกิจอุตสาหกรรม
75	บริษัท กริฟฟิท์ ทีเอ็นเอฟ จำกัด	เครื่องปรุง เครื่องประกอบอาหาร เครื่องเทศ เครื่องดื่มชนิดผง ผลิตภัณฑ์จากแป้ง	ธุรกิจอุตสาหกรรม

76	บริษัท กรีนสยามอินดัสทรี จำกัด	ผสมและผลิตสารเคมีสำหรับอุตสาหกรรมผลิตเยื่อและกระดาษ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
77	บริษัท กัสโท ฮีทซิงค์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด	ทำเครื่องใช้เล็ก ๆ จากโลหะ (HEAT SINK PLATE)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
78	บริษัท ควอลิตี้คาร์บอนส์ จำกัด	กล่องกระดาษลูกฟูก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
79	บริษัท คอนทีเนนทอล ปีโตรเคมีคอล (ประเทศไทย) จำกัด	เคมีภัณฑ์ PHTHALIC ANHYDRIDE และ PLASTICIZERS(DOP)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
80	บริษัท คอลสัน เพนซิล (ประเทศไทย) จำกัด	ดินสอ, เครื่องเหลาดินสอ, ไม้ดินสอ, ไม้ดินสอกด, ปากกา SIGN PEN และ ROLLER PEN	ธุรกิจอุตสาหกรรม
81	บริษัท คาลติก (ไทยแลนด์) จำกัด	น้ำมันเบรค และน้ำยาหล่อเย็น (SUMMER COOLANT)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
82	บริษัท คาวากูชิ สปริง (ไทยแลนด์) จำกัด	ลวดสปริง (Coil Spring)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
83	บริษัท คิทซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	วาล์วทองเหลืองและทองบรอนซ์ ผลิตวาล์วทุกชนิดและชิ้นส่วนวาล์วทุกชนิด	ธุรกิจอุตสาหกรรม
84	บริษัท คิทซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	วาล์วทุกชนิดและชิ้นส่วนวาล์วทุกชนิด	ธุรกิจอุตสาหกรรม
85	บริษัท คูริตะ-จีเค เคมีคอล จำกัด	สารเคมีสำหรับระบบน้ำในหม้อไอน้ำ น้ำหล่อเย็นและอื่นๆ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
86	บริษัท ซิน เค.พี.เอส. จำกัด	พ่นสีอุปกรณ์รถยนต์ รถไถนา และเครื่องใช้ไฟฟ้า	ธุรกิจบริการ
87	บริษัท ซัน สกรีน (ประเทศไทย) จำกัด	แถบตรา เครื่องหมาย สติกเกอร์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
88	บริษัท ซัน-เออี (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับอุปกรณ์ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
89	บริษัท ซันบี้ (ประเทศไทย) จำกัด	ตรายาง (RUBBER STAMP)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
90	บริษัท ซากาเอะ จำกัด	หมวกชนิดต่าง ๆ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
91	บริษัท ซากาเอะ รัปเบอร์ จำกัด	อุปกรณ์ส่วนประกอบสำหรับยานยนต์ ทำด้วยยาง	ธุรกิจอุตสาหกรรม

92	บริษัท ซี เวิลด์ โคลด์ สตอเรจ จำกัด	สัตว์น้ำแช่แข็ง ผัก ผลไม้แช่แข็ง, ผัก ผลไม้ดอง และน้ำจิ้ม	ธุรกิจอุตสาหกรรม
93	บริษัท ซี.พี.อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ จำกัด	ผลิตภัณฑ์บรรจุอาหารที่ทำจากพลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
94	บริษัท ซีพีซี ดีคอล จำกัด	สิ่งพิมพ์ แบบพิมพ์ภาพพิมพ์ลายนูน (EMBOSSING SHIMS PLATE) ภาพพิมพ์ลายนูน (EMBOSSSED PRINT)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
95	บริษัท ดริสเซนแอคราฟอินทรีเรีย ซีสเทมส์ (เอเชีย) จำกัด	ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว, เครื่องใช้จากโลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
96	บริษัท ดับบลิวเอ็มอี 2533 (ไทยแลนด์) จำกัด	ขวดพลาสติก และฝาอลูมิเนียมปิดขวด	ธุรกิจอุตสาหกรรม
97	บริษัท ดี ออร์จินัล คริสต์มาส ทรี จำกัด	ต้นคริสต์มาสพลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
98	บริษัท ดีพโซล (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตน้ำยาขัดเงาโลหะ และน้ำยาทำ ความสะอาดโลหะ รีไซเคิล	ธุรกิจอุตสาหกรรม
99	บริษัท ดีแซด การ์ด (ไทยแลนด์) จำกัด	ทำบัตรพลาสติก และบัตรกระดาษ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
100	บริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด	นมผง, น้ำรสส้มชนิดเข้มข้น, เวชภัณฑ์, น้ำ ดื่ม	ธุรกิจอุตสาหกรรม
101	บริษัท ที.เอฟ.จี.เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	แผ่นกั้นเบตเตอร์ชนิดกระดาษและใย แก้ว	ธุรกิจอุตสาหกรรม
102	บริษัท ที.เอส.อาร์.เคียร์ แอนด์ พาร์ทส์ จำกัด	อะไหล่และอุปกรณ์ของรถจักรยานยนต์ (เฟืองโซ่)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
103	บริษัท ทีเคเอ จำกัด	เครื่องจักรกลอุตสาหกรรม รวมถึง ชิ้นส่วน อุปกรณ์ และอะไหล่ของ เครื่องจักรกลอุตสาหกรรมและ เครื่องยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
104	บริษัท บอดี แพชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	ชุดชั้นในและชุดว่ายน้ำ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
105	บริษัท บอดี แพชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	ชุดชั้นในและชุดว่ายน้ำ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
106	บริษัท ปตท.จำหน่ายก๊าซธรรมชาติ จำกัด	สถานีควบคุมความดันก๊าซธรรมชาติ	ธุรกิจบริการ
107	บริษัท พันธุ์-ชื่น จำกัด	พิมพ์สิ่งทอ	ธุรกิจอุตสาหกรรม

108	บริษัท พี.แอนด์ ซัน อินดัสตรี จำกัด	พ่นสี ประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้าและ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
109	บริษัท พีพีจี โคทติ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด	เคมีภัณฑ์ (สารใช้ในอุตสาหกรรมสี สาร เคลือบผิว), แล็กเกอร์ สีพ่น สีทา สีเคลือบ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
110	บริษัท พอร์จูนครอส (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนทำจากโลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
111	บริษัท มอลลิเก้ เฮลท์ แคร์ (ประเทศไทย) จำกัด	เสื้อคลุมผ่าตัด ส่วนประกอบเสื้อคลุม ผ่าตัดสำหรับแพทย์ผ่าตัด และพยาบาลช่วยผ่าตัด	ธุรกิจอุตสาหกรรม
112	บริษัท มาย โคทติ้ง จำกัด	ชุบเคลือบผิวโลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
113	บริษัท ยามาโตะ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศ ไทย) จำกัด	กาวน้ำ, ขวดพลาสติก, สติกเกอร์, ผลิตภัณฑ์กระดาษ, อลูมิเนียมพอยล์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
114	บริษัท ยามาโตะ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศ ไทย) จำกัด	สติกเกอร์ ผลิตภัณฑ์กระดาษ อลูมิเนียมพลอยด์ ฟิล์มใช้ในการ อุตสาหกรรม แล็บหมักพิมพ์และชิ้นส่วน อุปกรณ์ที่ใช้กับสำนักงาน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
115	บริษัท ยู.ที.ที.เอนจิเนียริง จำกัด	ชุบแข็งเหล็ก, โลหะ (แม่พิมพ์, ชิ้นส่วน ประกอบ)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
116	บริษัท ยูเนียน คอนดิเนนตัล จำกัด	ผลิตภัณฑ์จากพลาสติกแข็ง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
117	บริษัท ยูไนเต็ท อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด	บริการวางจรรยาบรรณความเร็วสูง	ธุรกิจบริการ
118	บริษัท ยูนิค เฮลท์แคร์ จำกัด	พลาสติกเรซิน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
119	บริษัท รินซ์เทค จำกัด	หัวฉีดน้ำและสายฉีดน้ำพลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
120	บริษัท ลินด์ แก๊ส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตและแบ่งบรรจุก๊าซออกซิเจน ไนโตรเจน และคาร์บอนไดออกไซด์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
121	บริษัท ว่องอารีย์ คาสเตอร์ อินเตอร์เนชั่น แนล จำกัด	ผลิตลูกล้อและชิ้นส่วนโลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
122	บริษัท วาน รีมสแควด กรุงเทพ จำกัด	Aircraft Cargo Containers	ธุรกิจบริการ
123	บริษัท วาย. เอส. เอส. (ประเทศไทย) จำกัด	Y.S.S (THAILAND) CO.,LTD.	ธุรกิจอุตสาหกรรม

124	บริษัท วาย. อาร์. ฮิวแมน แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด	แม่พิมพ์ปั๊มโลหะ ซ่อมแม่พิมพ์ ปั๊ม ชิ้นงานโลหะ สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และชิ้นส่วนอุปกรณ์ รถยนต์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
125	บริษัท วี.ไอ.ที. จำกัด	ผลิตแม่พิมพ์ ปั๊มขึ้นรูป ชิ้นส่วนอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์โลหะและพลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
126	บริษัท วี.บราเดอร์อินเตอร์ จำกัด	สี และนำทินเนอร์ใช้แล้วมาผลิตสีเกรดบี	ธุรกิจอุตสาหกรรม
127	บริษัท ศรีเทพไทยพลาสติก จำกัด	เม็ดโพลีสไตรีน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
128	บริษัท ศรีเทพไทยอุตสาหกรรม จำกัด	สร้างชิ้นส่วนและอุปกรณ์บางชนิด สำหรับประกอบ ดัดแปลงรถยนต์ และ ประกอบรถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
129	บริษัท สเปเชียลสตีล แอนด์ เซอร์วิสซึล จำกัด	ตัดเหล็ก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
130	บริษัท สเปคตร้า เรซิน จำกัด	กรอบรูป แจกัน และจานรองเทียน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
131	บริษัท สเตรปแอก (ไทยแลนด์) คอร์ปอเรชั่น ฯ	เครื่องรัดทึบท่อ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
132	บริษัท สตาร์ปรีนท์ จำกัด (มหาชน)	พิมพ์สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
133	บริษัท สถาบันวิจัยศาสตร์ด้านความงามและ สุขภาพ จำกัด	วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ สารประกอบในเครื่องสำอาง และอาหารเสริม	ธุรกิจบริการ
134	บริษัท สยาม สตีล กัลวาไนซิ่ง จำกัด	ชุบเหล็กด้วยสังกะสี (HOT DIP GALVANIZING)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
135	บริษัท สยามสตีลเกรตติ้งส์ จำกัด	ตะแกรงเหล็กพื้นโรงงานอุตสาหกรรม และชุบเคลือบผิวโลหะด้วยสังกะสี	ธุรกิจอุตสาหกรรม
136	บริษัท สยามสตีลเกรตติ้งส์ จำกัด	ตะแกรงเหล็ก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
137	บริษัท สวอนอินเตอร์เทรดดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตภาชนะบรรจุภัณฑ์ด้วยโลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
138	บริษัท สวอนอินเตอร์เทรดดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตภาชนะทำด้วยโลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม

139	บริษัท สวารอฟสกี เจมสโตนส์ (ประเทศไทย) จำกัด	เจียรไนเพชรพลอย อัญมณีสังเคราะห์ และธรรมชาติ รวมถึงส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว	ธุรกิจอุตสาหกรรม
140	บริษัท อลิอันซ์บิวตี้คอนแทกซ์ แมนนูแฟคเจอร์ จำกัด	เครื่องสำอาง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
141	บริษัท อัททืพีบี จำกัด	ผลิตภัณฑ์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ทำจากโลหะ ประเภทโลหะเบา	ธุรกิจอุตสาหกรรม
142	บริษัท อัลลายแอนซ์ อินกรีเดียนท์ จำกัด	วัตถุดิบกลิ่น รส ซ็อกโกแลต เครื่องปรุงรส เครื่องแต่งเค้ก คุกกี้	ธุรกิจอุตสาหกรรม
143	บริษัท อาซาฮี โอซาก้าโคอูจิ (ประเทศไทย) จำกัด	ดอกสว่าน, มีดกลึง และชิ้นส่วนอุปกรณ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
144	บริษัท อาซาฮี สมบูรณ์ ชิปปิง โมลด์ส จำกัด	แม่พิมพ์และซ่อมแซมแม่พิมพ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
145	บริษัท อิซุซุ พิชซิ่ง แท็คเคิล (ประเทศไทย) จำกัด	รอกตกปลา และอุปกรณ์ชิ้นส่วนประกอบชิ้นส่วนจักรยาน	ธุรกิจอุตสาหกรรม
146	บริษัท อินคาพลาสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตภัณฑ์พลาสติก (ถังขยะ ถังน้ำ แผ่นรองพื้นรถกระบะ)	ธุรกิจอุตสาหกรรม
147	บริษัท อีทีเอ (ประเทศไทย) จำกัด	นาฬิกาข้อมือและชิ้นส่วนนาฬิกาข้อมือ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
148	บริษัท อีทีเอ (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนนาฬิกา	ธุรกิจอุตสาหกรรม
149	บริษัท อีทีเอ (ประเทศไทย) จำกัด	กระจกหน้าปัดนาฬิกา	ธุรกิจอุตสาหกรรม
150	บริษัท อุตสาหกรรมท่ออย่างไทย จำกัด	ท่ออย่าง ท่อพลาสติกชนิดใช้กับความกดดันสูง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
151	บริษัท อูเมโตกุ ไทยแลนด์ จำกัด	ผลิตตัดโลหะและทำแบบแม่พิมพ์โลหะ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
152	บริษัท ฮันฮวา เคมีคัล (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตแผ่นพลาสติก เช่น ที่รองจาน,แผ่นพื้น,ผลิตภัณฑ์พลาสติกและเคลือบด้วยพลาสติกเสริม และไม้เสริมวัสดุอื่น เช่น ผลิตภัณฑ์ปูพื้น,ผลิตภัณฑ์ฝ้าใบ	ธุรกิจอุตสาหกรรม
153	บริษัท ฮาร์ทพอร์ต เพ้นท์ จำกัด	สี	ธุรกิจอุตสาหกรรม

154	บริษัท ฮาวิ ฟูด เซอร์วิสเฮส (ประเทศไทย) จำกัด	ถนอมอาหารกึ่งสำเร็จรูปโดยวิธีแช่แข็ง และทำขนมปัง	ธุรกิจอุตสาหกรรม
155	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เกียรติดำรงชัย อุตสาหกรรม	ผ้าใบพลาสติก, ทอกระสอบพลาสติกมุ้ง ตาข่ายพลาสติก	ธุรกิจอุตสาหกรรม
156	ห้างหุ้นส่วนจำกัด โพลีเพ็ท	เคมีภัณฑ์	ธุรกิจอุตสาหกรรม
157	ห้างหุ้นส่วนจำกัด หม่งเส็งโลหะกิจ	สร้าง-ซ่อม เครื่องจักร เครื่องยนต์ เครื่องทุ่นแรง	ธุรกิจอุตสาหกรรม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวขวัญข้าว มานะขจรเวช การศึกษาระดับมัธยมต้นและมัธยมปลาย โรงเรียนชล
กัลยานุกุลจังหวัดชลบุรี และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ ภาควิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยบูรพา ประวัติการทำงานที่บริษัท Toyota
Motor Asia Pacific Engineering and Manufacturing ตำแหน่ง Specialist



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY