

การศึกษาการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร

ศุภาวดี เหลืองสอาด

Suphawadi Luang sa-ard

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาคุณลักษณะสำคัญ และ เพื่อศึกษาการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ของประชากร ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 280 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะสำคัญที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญกับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือด้านระบบรักษาความปลอดภัย รองลงมาด้าน ราคา ด้านพื้นที่ และ ด้านค่ามัดจำ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์, คุณลักษณะสำคัญ

บทนำ

กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศ ทำให้มีผู้คนหลั่งไหล เข้ามาอยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นมากที่สุด โดยมีรายชื่อประชากรที่มีอยู่ตามทะเบียนมากถึง 5,676,648 คน (ข้อมูลสถิติ ทางการทะเบียน พ.ศ. 2561) นอกจากนี้ยังมีประชากรแฝงอีกจำนวนมาก ที่ไม่ปรากฏรายชื่อในทะเบียนบ้าน เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ที่มีขนาดพื้นที่เพียง 1,568.7 ตารางกิโลเมตรเท่านั้น และยังมีแนวโน้มที่ประชากรจะเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่พื้นที่ ที่เหมาะสำหรับการอยู่อาศัยยังคงเท่าเดิม

กรุงเทพมหานคร เดิมเป็นพื้นที่ย่านการอยู่อาศัย แต่ในปัจจุบันกำลังจะเปลี่ยนไป เพราะกลายเป็นทำเลทองในการขยายตัวของสังคมเมือง เนื่องจากการสร้างถนนตัดใหม่จากรอบนอกและรอบใน การมาถึงของรถไฟฟ้า และระบบขนส่งมวลชนที่มากขึ้น ทำให้พื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถเชื่อมเข้าสู่ใจกลางเมืองได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ทำให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่เติบโต ทั้งการก่อสร้างคอนโดมิเนียม รวมถึงธุรกิจอพาร์ทเมนท์ให้เช่า จาก การที่มีผู้ต้องการที่พักอาศัยที่ไม่ไกลจากตัวเมือง และสามารถเดินทางสะดวกเข้าเมืองได้สะดวกสบาย และ

รวดเร็ว โดยพื้นที่เขตบางกอกน้อย เป็นพื้นที่อีกเขตหนึ่งในฝั่งกรุงธนบุรี ที่มีความสำคัญ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็นทั้งหมด 5 แขวง ประกอบด้วย แขวงศิริราช แขวงอรุณอมรินทร์ แขวงบ้านช่างหล่อ แขวงบางขุนศรี และแขวงบางขุนนนท์ ซึ่งเป็นพื้นที่ ที่เกาะแนวรถไฟฟ้า สามารถเดินทางสะดวก และเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย โรงเรียน โรงพยาบาลชั้นนำ

จากข้อมูลทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ ในการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อการประกอบการ หรือใช้เพื่อปรับปรุงวิธีดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาคุณลักษณะสำคัญของประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ ของประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

อพาร์ทเมนต์ หมายถึง อาคารที่พักอาศัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อการให้เช่า โดยผู้เช่าพักอาศัยหรือเช่าอพาร์ทเมนต์ มีสิทธิ์ได้แค่เพียงเช่าอยู่เท่านั้น โดยความเป็นเจ้าของทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นที่ดิน หรือกรรมสิทธิ์ของตัวอาคาร ยังคงเป็นของเจ้าของอพาร์ทเมนต์ ลักษณะคือเป็นตึกสูง แบ่งเป็นห้องอาศัยอยู่จำนวนหลายห้องแล้วแต่ขนาด อาศัยอยู่กันหลายครอบครัว มีทางเข้าออก มีทางขึ้น - ลง และทางเดินส่วนอื่น ๆ ร่วมกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย ทั้งหมด 5 แขวง ได้แก่ แขวงศิริราช แขวงอรุณอมรินทร์ แขวงบ้านช่างหล่อ แขวงบางขุนศรี และแขวงบางขุนนนท์ ที่มีประสบการณ์ในการเช่าอพาร์ทเมนต์ หรือวางแผนที่จะตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ในอนาคต

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา เก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม ระยะเวลาในการรวบรวมแบบสอบถาม ตั้งแต่เดือน สิงหาคม - ตุลาคม พ.ศ. 2562

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติและสถานภาพทางสังคม (Social class) และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 53-55) กล่าวว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่ใช้นิยมในการแบ่งส่วนตลาด และลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรัตน์ สดชื่นจิตต์ (2554) ศึกษาความต้องการของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ ระดับกลาง กรณีศึกษา มายเฮ้าส์เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง โดยมีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 25 ปี มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถานภาพโสด เป็นนักเรียนนักศึกษา มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,001 บาท ลักษณะที่พักอาศัยในปัจจุบัน คือห้องพัก ขนาด 25-30 ตารางเมตร พักอาศัยคนเดียว และมีระยะเวลาในการพักอาศัยนานกว่า 1 ปี โดยในการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ 3 อันดับแรก คือ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความเป็นส่วนตัวภายในที่พักอาศัย และความสะอาดสบายในการอยู่อาศัย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ที่นำลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อยู่อาศัยมาเป็นตัวช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย และงานวิจัยยังสอดคล้องกับคุณลักษณะที่ผู้วิจัยได้เลือกนำมาศึกษาคือ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย

แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด Kotler and Armstrong (1996) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือหรือตัวแปรทางการตลาดต่าง ๆ ที่นำมาใช้ผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม หรือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) และ Booms & Bitner (1981) ได้เสนอเพิ่มอีก 3P’s สำหรับธุรกิจบริการ คือ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรวัดน์ ภูวกรกิจ (2556) ศึกษาความเต็มใจจ่ายของนิสิตหรือนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในธุรกิจบริการหอพักเขตเทศบาล เมืองนครปฐม ด้วยการวิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบร่วมของผลิตภัณฑ์ พบว่า การกำหนดราคาค่าเช่าสำคัญที่สุด รองลงมาคือการเพิ่มมาตรการความปลอดภัยของหอพักให้ได้มาตรฐาน การจัดสรรพื้นที่จอดรถยานพาหนะให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้พักอาศัย และปรับปรุงสภาพหอพักให้ใหม่ตลอดเวลา และ งานวิจัยของ สงกรานต์ คงเพชร (2553) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์มักตัดสินใจเช่าด้วยตนเอง ในราคา 3,001-4,000 บาท โดยจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน และปัจจัยส่วนประทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าในระดับมากคือด้านผลิตภัณฑ์ และราคา และพบว่า ปัจจัยด้านสภาพภูมิทัศน์มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพล อัตราค่าเช่าต่อเดือน และอัตราค่าเช่าล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด มีผลในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยสอดคล้องกับคุณลักษณะที่ผู้วิจัยได้เลือกนำมาศึกษา คือด้าน ผลิตภัณฑ์ (พื้นที่) ด้านราคา และด้านค่ามัดจำ

แนวคิด Conjoint Analysis Lancaster (1971) กล่าวว่า Conjoint Analysis เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการหาความเอนเอียงที่จะชอบ หรือความพึงพอใจในคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ โดยอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคไม่ได้มาจากสินค้าโดยตรง แต่มาจากการที่ผู้บริโภคพึงพอใจในคุณลักษณะต่าง ๆ ของตัวสินค้า ทฤษฎีดังกล่าวสมมติว่า ผลิตภัณฑ์หนึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะที่หลากหลายและพฤติกรรมทางเลือกของผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจและสนองต่อสินค้านั้น ๆ ในลักษณะโดยรวมของสินค้า โดยสินค้าและบริการจะถูกประเมินตามอรรถประโยชน์ทางอ้อม โดยคุณค่าที่ได้จะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะสำคัญของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับรู้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก (2558) ศึกษาการยอมรับองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อบ้านสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) พบว่า ราคาเป็นองค์ประกอบสำคัญ หรือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน พิจารณาร่วมกับขนาดของบ้าน มากที่สุด ในขณะที่ระยะเวลาในการส่งมอบบ้านมีความสำคัญน้อยที่สุด โดยสรุปองค์ประกอบที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ บ้านมีขนาด 21 ตารางเมตร ในราคาตารางเมตรละ 20,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ถูกที่สุดและเป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญหรือให้ความพึงพอใจสูงสุด

คำถามงานวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล และ ข้อมูลด้านการพักอาศัยในปัจจุบัน ของประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร
2. การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ของประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร
3. เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันอย่างไร

สมมติฐานที่ H1 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

H1_a ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้านพื้นที่แตกต่างกัน

H1_b ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้านราคาแตกต่างกัน

H1_c ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้านค่ามัดจำแตกต่างกัน

H1_d ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้านระบบรักษาความปลอดภัยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ H2 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

H2_a รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้านพื้นที่แตกต่างกัน

H2_b รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้านราคาแตกต่างกัน

H2_c รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ค่ามัดจำ แตกต่างกัน

H2_d รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ระบบรักษาความปลอดภัย แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ H3 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีจำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยที่แตกต่างกัน
จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

H3_a จำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
พื้นที่ แตกต่างกัน

H3_b จำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ราคา แตกต่างกัน

H3_c จำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ค่ามัดจำ แตกต่างกัน

H3_d จำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ระบบรักษาความปลอดภัย แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ H4 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีระยะเวลาในการพักอาศัย ที่แตกต่างกัน
จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

H4_a ระยะเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
พื้นที่ แตกต่างกัน

H4_b ระยะเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ราคา แตกต่างกัน

H4_c ระยะเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ค่ามัดจำ แตกต่างกัน

H4_d ระยะเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ตามคุณลักษณะด้าน
ระบบรักษาความปลอดภัย แตกต่างกัน

ระเบียบวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย ที่เช่าอพาร์ทเมนท์ หรือ วางแผนที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์ในอนาคต ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามแนวทางของ Hair et al. (2006) ที่กล่าวว่าควรมีกกลุ่มตัวอย่าง 50-200 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทั้งหมด 300 ราย และได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสิ้น 280 ราย ในการวิจัยคั้งนี้ผู้วิจัย ได้มีการ กำหนด คุณลักษณะ (Attributes) และ ระดับของกลุ่มลักษณะ (Level) จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เจ้าของ ธุรกิจ อพาร์ทเมนท์ และการสำรวจข้อมูลในพื้นที่จริง จนได้จำนวนชุดคุณลักษณะ (Card) ออกมาทั้งหมด 20 ชุด แบ่งเป็นชุดคุณลักษณะที่เหมาะสม 16 ชุดและ Hold Out 4 ชุด หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการทดสอบ Pre-Test กับกลุ่มตัวอย่าง และปรับปรุงข้อมูลและทำการทดสอบ Pilot – Test อีกคั้ง โดยในงานวิจัยคั้งนี้ผู้วิจัย ได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

แบบสอบถามมี 3 ส่วน โดยมีเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม (Screening questionnaire) จำนวน 2 ข้อ และแบบสอบถาม (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (2) ข้อมูลด้านที่พักอาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทที่พักอาศัยในปัจจุบัน บุคคลที่พักอาศัยด้วย จำนวนสมาชิกผู้พักอาศัย ระยะเวลาในการพักอาศัย ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่พัก และ การให้ความสำคัญกับการเลือกที่พักอาศัย (3) แบบสอบถามที่เป็นข้อมูลชุดคุณลักษณะ (Attribute) และระดับ (Level) ของคุณลักษณะประกอบไปด้วยคุณลักษณะด้านพื้นที่ ด้านราคา ด้านค่ามัดจำ และด้านระบบรักษาความปลอดภัย

ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 280 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 174 ราย (ร้อยละ 62.1) มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 123 ราย (ร้อยละ 43.9) มีสถานภาพ โสด จำนวน 199 ราย (ร้อยละ 71.1) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 146 ราย (ร้อยละ 52.1) มีอาชีพหลัก เป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง จำนวน 146 ราย (ร้อยละ 52.1) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 123 ราย (ร้อยละ 43.9) ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันคืออพาร์ทเมนท์ จำนวน 104 ราย (ร้อยละ 37.1) บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย คือครอบครัว จำนวน 141 ราย (ร้อยละ 50.4) มีจำนวนสมาชิกผู้พักอาศัย 1-2 คน จำนวน 155 ราย (ร้อยละ 55.4) ระยะเวลาในการอยู่อาศัย นานกว่า 1 ปี

จำนวน 190 ราย (ร้อยละ 67.9) ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย คือตนเอง/แฟน จำนวน 172 ราย (ร้อยละ 61.4) และปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือราคา จำนวน 117 ราย (ร้อยละ 41.8)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม Conjoint Analysis ของคุณลักษณะ ด้านพื้นที่ ด้านราคา ด้านค่ามัดจำ และด้านระบบรักษาความปลอดภัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความชอบ (Preference) ต่อคุณลักษณะ

คุณลักษณะ (Attributes)	ค่าความสำคัญ (Percentage)
พื้นที่	19.16
ราคา	25.99
ค่ามัดจำ	15.59
ระบบรักษาความปลอดภัย	39.26

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากวิธีการ Conjoint Analysis พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ระบบรักษาความปลอดภัย (ร้อยละ 39.26) รองลงมาคือ ราคา (ร้อยละ 25.99) พื้นที่ (ร้อยละ 19.16) และให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ค่ามัดจำ (ร้อยละ 15.59)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความชอบ (Preference) ต่อคุณลักษณะ

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	ระดับความพึงพอใจ (Utility Estimate)	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
พื้นที่	สตูดิโอ ขนาด 17 ตร.ม.	-0.578	0.062
	สตูดิโอ ขนาด 24 ตร.ม.	0.578	0.062
ราคา	4,000 บาท / เดือน	0.718	0.083
	5,000 บาท / เดือน	0.227	0.098
	6,000 บาท / เดือน	-0.945	0.098
ค่ามัดจำ	ล่วงหน้า 10,000 บาท	0.058	0.083
	ล่วงหน้า 2 เดือน	0.253	0.098
	ล่วงหน้า 3 เดือน	-0.311	0.098
ระบบรักษาความปลอดภัย	ไม่มี	-1.569	0.108
ความปลอดภัย	มีคีย์การ์ด	0.257	0.108
	มีกล้อง CCTV	0.276	0.108
	มีกล้อง CCTV และ คีย์การ์ด	1.36	0.108
ค่าคงที่		5.388	0.069

เมื่อนำค่าสัมประสิทธิ์ของคุณลักษณะในแต่ละระดับ แทนค่าลงในสมการอรรถประโยชน์รวม จะได้ค่าสมการ

$$Y = 5.388 - 0.578A_1 + 0.578A_2 + 0.718B_1 + 0.227B_2 - 0.945B_3 + 0.058C_1 + 0.253C_2 - 0.311C_3 - 1.569D_1 + 0.257D_2 + 0.276D_3 + 1.36D_4$$

หรือค่าสัมประสิทธิ์ของคุณลักษณะที่ผู้บริโภคเลือกมากที่สุดคือ

$$Y = 5.388 + 0.578A + 0.718B + 0.253C + 1.36D$$

จากค่าสัมประสิทธิ์ของคุณลักษณะ คือผู้บริโภค มีความชอบหรือความเอียงเอียงที่จะชอบ ในด้านพื้นที่ คือ ต้องการห้องสตูดิโอ ขนาด 24 ตร.ม. ในราคา 4,000 บาทต่อเดือน ชำระค่ามัดจำล่วงหน้า 2 เดือน และมีระบบรักษาความปลอดภัย กล้อง CCTV และ คีย์การ์ด มากที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน		
ด้านพื้นที่	0.104	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านราคา	0.011*	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านค่ามัดจำ	0.255	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.029*	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน		
ด้านพื้นที่	0.002*	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านราคา	0.093	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านค่ามัดจำ	0.712	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.405	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีจำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

ด้านพื้นที่	0.830	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านราคา	0.582	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านค่ามัดจำ	0.029*	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.178	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีระยะเวลาในการพักอาศัย ที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

ด้านพื้นที่	0.681	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านราคา	0.050*	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านค่ามัดจำ	0.927	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.040*	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล และ ข้อมูลด้านการพักอาศัยในปัจจุบัน ของประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลด้านการพักอาศัยในปัจจุบัน ของประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร จำนวน 280 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบันคือ อพาร์ทเมนท์ บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยคือครอบครัว มีจำนวนสมาชิกผู้พักอาศัย 1 – 2 คน ระยะเวลาในการอยู่อาศัยนานกว่า 1 ปี ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคือตนเอง / แฟน และปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือราคา

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ของประชากรในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์เพื่อหาองค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ของคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ หรือความเยินเยียงที่จะชอบ พบว่า คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือคุณลักษณะด้านระบบรักษาความปลอดภัย รองลงมาคือด้าน ราคา ด้านพื้นที่ และด้านค่ามัดจำ ตามลำดับ และเมื่อวิเคราะห์

ชุดคุณลักษณะที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด คือ ในด้านพื้นที่ ผู้บริโภคต้องการห้องสตูดิโอ ขนาด 24 ตารางเมตร ในราคา 4,000 บาทต่อเดือน ชำระค่ามัดจำล่วงหน้า 2 เดือน และมีระบบรักษาความปลอดภัย กล้อง CCTV และ คีย์การ์ดมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานย่อย 1 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านพื้นที่ และด้านค่ามัดจำ ที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านราคา และด้านระบบรักษาความปลอดภัย ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านราคามากที่สุด โดยยิ่งระดับการศึกษายิ่งสูงมากขึ้น ก็ยิ่งให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านราคาน้อยลง และ ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านระบบรักษาความปลอดภัย น้อยกว่า ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 2 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจกับคุณลักษณะด้านราคา ด้านค่ามัดจำ และด้านระบบรักษาความปลอดภัยที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านพื้นที่ ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านพื้นที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับ 30,001-40,000 บาท ระดับ 20,001-30,000 บาท ระดับ 10,001-20,000 บาท และระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อย 3 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีจำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านพื้นที่ ด้านราคา และด้านระบบรักษาความปลอดภัยที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกผู้พักอาศัยแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านค่ามัดจำที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า ผู้บริโภค

ที่มีจำนวนสมาชิก 3 – 4 คน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านค่ามัดจำมากกว่าผู้ที่มีจำนวนสมาชิก 1 – 2 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 4 การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของประชากรที่มีระยะเวลาในการพักอาศัย ที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ผู้ที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านพื้นที่ และ ด้านราคาที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านราคา และด้านระบบรักษาความปลอดภัย ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มพบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาในการพักอาศัย 4 – 6 เดือน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านราคามากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยนานกว่า 1 ปี และ ผู้บริโภคที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยนานกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านระบบรักษาความปลอดภัยมากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาในการพักอาศัย 4 – 6 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ในพื้นที่เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ และความเอียงเอียงที่จะชอบมากที่สุด 2 อันดับแรก คือด้านระบบรักษาความปลอดภัย และด้านราคา ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้เจ้าของธุรกิจ หรือผู้ที่มีความต้องการที่จะประกอบธุรกิจให้เช่าอพาร์ทเมนท์ในอนาคต ให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัย เช่น การมีกล้องวงจรปิด CCTV 24 ชั่วโมง ในบริเวณอพาร์ทเมนท์ , มีประตูระบบคีย์การ์ด ซึ่งเป็นการตรวจสอบการเข้าอยู่อาศัยจริงของผู้พักอาศัย และลอกเลียนแบบได้ยากกว่ากุญแจประตูทั่วไป นอกจากนี้จะเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัย เช่น มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลประจำในอพาร์ทเมนท์ด้วย เป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคที่ต้องการพักอาศัยอพาร์ทเมนท์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้คุณลักษณะด้านราคา ก็เป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก ดังนั้นการตั้งราคาของห้องเช่า เจ้าของธุรกิจ ควรคำนึงถึงความเหมาะสมของราคาที่พัก กับขนาดพื้นที่ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้สำหรับอพาร์ทเมนท์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความคุ้มค่า คุ้มกับราคาที่ต้องจ่าย ซึ่งหากธุรกิจสามารถทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจได้ ก็จะสามารถทำให้ธุรกิจ มีการบอกต่อถึงผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ และยังเป็นการเพิ่มระยะเวลาการพักอาศัยของผู้บริโภคให้ยาวนานยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีทั้งกับตัวผู้บริโภค และเจ้าของธุรกิจให้เช่าอพาร์ทเมนท์ต่อไป

2. จากการศึกษาพบว่า ผู้พักอาศัยอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่ มีความตั้งใจที่จะพักอาศัยในระยะเวลา นานกว่า 1 ปี หรือมีการอยู่อาศัยนานกว่า 1 ปีอยู่แล้ว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอว่า หากเจ้าของธุรกิจให้เช่าอพาร์ทเมนท์ ให้มีความสำคัญกับผู้เช่ากลุ่มนี้ จะสามารถสร้างความจงรักภักดี ให้ผู้เช่าอยู่อาศัยได้ยาวนานมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้อาจจะเป็นกลุ่มที่บอกต่ออพาร์ทเมนท์ให้คนกลุ่มอื่น ๆ หรือผู้ที่มีความต้องการอยู่อาศัย ซึ่งถือ เป็นการส่งเสริมการตลาดอพาร์ทเมนท์ นอกจากนี้เจ้าของธุรกิจ อาจทำการส่งเสริมการขายเป็นพิเศษ เพื่อให้ ผู้บริโภคตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ยาวนานขึ้น เช่น การทำการส่งเสริมการขาย เช่น พักในระยะเวลา 1 – 6 เดือน ราคาดึงดูด แต่หากทำสัญญาพักอาศัย 1 ปีขึ้นไป มีส่วนลดพิเศษให้กับผู้เช่า เพื่อเป็นการสร้างความดึงดูดใจให้ ผู้บริโภค ตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้ให้เช่ามากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จิรวัดน์ ภูวกรกิจ. (2556), การความเต็มใจจ่ายของนิสิตหรือนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในธุรกิจบริการหอพักเขต เทศบาล เมืองนครปฐม ด้วยการวิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบร่วมของผลิตภัณฑ์. สาขาวิชาการ บริหารการศึกษา (สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก. (มกราคม-ธันวาคม 2558). การศึกษานำร่ององค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อบ้านสำเร็จรูป เพื่อผู้สูงอายุโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint analysis). วารสารวิชาการ คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 29, 355-367.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช. การจัดการและพฤติกรรม องค์การ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2550

สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

สงกรานต์ คงเพชร (2555). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การ ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

สุรัตน์ สดชื่นจิตต์. (2554). การศึกษาความต้องการของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและ พื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ระดับกลางกรณีศึกษามายเฮ้าท์เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, สาขาวิชาออกแบบ ภายใน.

Booms, B.H., & Bitner, M.J. (1981). Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firm.
Chicago: American Marketing Association

Kotler, P., & Armstrong, G (1996). Marketing : An Introduction. New Jersey : Prentice Hall .(2000).Principles
of Marketing : An Introduction. New Jersey: Prentice Hall.

Lancaster, K.J. (1971). Consumer demand: A new approach. New York: Columbia University.

McCathy, E.J. (1960). Basic Marketing: A Managerial Approach. Homewood IL: Irwin