

การศึกษาการตัดสินใจเช่าบ้าน ในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

ฉัตรลดา จรกา

Chatlada Joraka

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเช่าบ้าน ในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 290 คน สถิติที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ANOVA และ Conjoint Analysis ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะบ้านเช่าที่กลุ่มประชากรตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ คุณลักษณะด้านสภาพบ้านเช่า รองลงมาคือด้านพื้นที่ ด้านราคา เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญและเครื่องกวนน้ำหยอดเหรียญตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้าน สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว มีลักษณะการตัดสินใจเลือกเช่าบ้านที่แตกต่างกันในคุณลักษณะด้านสภาพบ้านเช่าและราคา

คำสำคัญ: การตัดสินใจเช่าบ้าน

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง Graduate students of the Master of Business Administration program, , Ramkhamheang University

ความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของทุกคนและยังเป็นหนึ่งในปัจจัยขั้นพื้นฐานของมนุษย์ด้วย การมีที่พักอาศัยที่ปลอดภัยมั่นคงถือเป็นหลักขั้นพื้นฐานในการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต การเลือกที่อยู่อาศัยจึงเป็นเรื่องสำคัญนอกจากจะเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตหรือการออมระยะยาวแบบหนึ่ง อีกทั้งการดำเนินชีวิตในแต่ละวันก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย เพราะที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทก็จะตอบสนองความต้องการ การดำเนินชีวิต ของคนแต่ละกลุ่มต่างกัน

แต่มีกลุ่มคนจำนวนไม่น้อยที่ต้องเช่าที่อยู่อาศัย "บ้าน" ถือเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตอย่างหนึ่งแต่ด้วยปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้คนบางกลุ่มเลือกที่จะเช่าบ้านแทนการซื้อบ้านเป็นของตนเอง เช่น ราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของที่ดิน รายได้ ฯลฯ

เขตสวนหลวง คือ 1 ใน 50 เขตของกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ 23.678 ตารางกิโลเมตร พื้นที่มีขนาดเท่าเดิมแต่กลับมีความหนาแน่นต่อพื้นที่เพิ่มมากขึ้น จำนวนบ้านรวมทั้งสิ่งปลูกสร้างอื่นๆเกิดขึ้นมากมาย อีกทั้งประชากรแฝงที่ไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยมีปริมาณที่มากขึ้น จึงทำให้ประชากรเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตของตนเองให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการศึกษาการตัดสินใจเช่า ในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ว่าบ้านเช่า ลักษณะใดที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ เพื่อให้ผู้ที่สนใจหรือผู้ประกอบการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือปรับใช้ในธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเช่าบ้าน ในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน

นิยามศัพท์

1. ธุรกิจบ้านเช่า หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการเช่าบ้านแก่บุคคลที่ต้องการเช่าบ้าน
2. บ้านเช่า หมายถึง บ้านที่เจ้าของปล่อยให้เช่า มีความแตกต่างจากคอนโดมิเนียม หอพัก แฟลต และอพาร์ทเมนท์
3. เจ้าของ หมายถึง ผู้ที่มีสิทธิ์ในทรัพย์สิน เจ้าของในที่นี้คือเจ้าของบ้านเช่า โดยเจ้าของจะได้เงินเป็นผลประโยชน์ตอบแทน จากการปล่อยให้เช่าบ้าน
4. ผู้เช่า หมายถึง ผู้ที่เข้าพักอาศัย มีการทำสัญญากับเจ้าของบ้านเช่า โดยถูกระเบียบบ้านเช่าขึ้นอยู่กับเจ้าของบ้านเช่า ผู้เช่าต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบดังกล่าว

5. ค่าเช่า หมายถึง ค่าบริการจากการเช่าบ้านต่อเดือน โดยรวมค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่าบ้าน ที่ผู้เช่าจะต้องจ่ายให้กับเจ้าของบ้านเช่า

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตประชากร: ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา:งานวิจัยนี้ไ้ดทำการศึกษาและเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2562 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลา 2 เดือน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจบ้านเช่า คือ บ้านที่เจ้าของปล่อยให้เช่า โดยผู้เช่าอยู่ตามสัญญาที่ได้มีการตกลงกันไว้ระหว่างผู้เช่าและเจ้าของ ธุรกิจบ้านเช่ามีสิ่งที่จะต้องคำนึง คือ ระยะเวลาคิทุน การเลือกวัสดุก่อสร้าง และทำเลในการทำบ้านเช่า

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ และคณะ , 2541: 107-121) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การที่ผู้บริโภคทำการซื้อ ประเมินผล ใช้สินค้าและบริการ ที่คาดว่าตอบสนองพฤติกรรมความต้องการของตนเองหรือศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps บูมส์ และบิทเนอร์ (Booms & Bitner, 1981) กล่าวว่า 7Ps เป็นเครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย 4 ตัวแปร แต่เมื่อนำมาใช้กับงานบริการจะเพิ่มเข้ามาอีก 3 ตัวแปร สามารถเรียกรวมได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีแนวคิดกับการเลือกที่อยู่อาศัย พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของคนในปัจจุบันมีการปรับตัวไปจากเดิมและการเปลี่ยนแปลงที่ผ่านมาขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง William Alonso การเลือกที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์กับราคาที่ดิน พิจารณาจาก (1) รายได้ของผู้พักอาศัยต้องสัมพันธ์กับราคาที่พักอาศัย ผู้พักอาศัยมีความสามารถจะจ่าย (2) ลักษณะที่พักอาศัยจะต้องสัมพันธ์กับขนาดครอบครัวและ (3) ทำเลที่พักอาศัย สภาพแวดล้อม การเดินทาง เพื่อนบ้านที่อาศัย

แนวคิดและพื้นฐานของการวิเคราะห์ Conjoint Analysis ชนิตา พันธุ์มณี และ รักษ์สรณ์ คงธนจารุอนันต์ (2555) อธิบายว่า การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความยินดีที่จะจ่ายมีขั้นตอนคือ (1) กำหนดคุณลักษณะ (Attribute) (2) เลือกลักษณะของรูปแบบของสินค้าที่ใช้อธิบายกับผู้ตอบแบบสอบถาม (3) เลือกรูปแบบการตัดสินใจ (4) เลือกวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจริญจิตต์ ผงงวิริยาทร (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมใน กรุงเทพมหานคร ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ในส่วนของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลคือ ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมใน กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวที่แตกต่างกัน มีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญและสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของพนักงาน บริษัทเอกชน พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันของ ภูริณัฐ ธนวิบูลย์ชัย (2558)

จิรวัดน์ ภูวกิจ (2556) การศึกษาความเต็มใจจ่ายของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในธุรกิจบริการ หอพักเขตเทศบาลเมืองนครปฐม ด้วยการวิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบร่วมของผลิตภัณฑ์พบว่า จากคุณลักษณะของหอพักทั้ง 7 คุณลักษณะ สภาพหอพักมีสัดส่วน 12.4 % จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่าผู้ประกอบการควรปรับปรุงหอพักอยู่เสมอ มีความสอดคล้องกับคุณลักษณะสภาพบ้านเช่าของผู้วิจัย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสภาพบ้านเช่ามากที่สุดและทดสอบสมมติฐานที่ 3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีลักษณะการเลือกเช่าบ้านที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ

ชัชวาลย์ เวศย์วรุฒม์ (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่าหากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัย พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบสมมติฐานของผู้วิจัยที่พบว่า ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว ที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน

คำถามการวิจัย

1. การศึกษาการตัดสินใจเช่าบ้าน ในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีลักษณะการเช่าบ้านที่แตกต่างกันหรือไม่

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันจะมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน

H1_a : เพศที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านพื้นที่ที่แตกต่างกัน

H1_b : เพศที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านราคาที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน

H6_a :อาชีพที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านพื้นที่ที่แตกต่างกัน

H6_b :อาชีพที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านราคาที่แตกต่างกัน

H6_c :อาชีพที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านเครื่องกค่น้ำหยอดเหรียญที่แตกต่างกัน

H6_d :อาชีพที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญที่แตกต่างกัน

H6_e :อาชีพที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านสภาพบ้านเช่าที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน จะมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน

H7_a :จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านพื้นที่ที่แตกต่างกัน

H7_b :จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านราคาที่แตกต่างกัน

H7_c :จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านเครื่องกค่น้ำหยอดเหรียญที่แตกต่างกัน

H7_d :จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญที่แตกต่างกัน

H7_e :จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านด้านสภาพบ้านเช่าที่แตกต่างกัน

ระเบียบวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ขณะวิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง จากการรวบรวมในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Hair et al. (2006) ระบุไว้ว่าควรมีอย่างน้อย 200 กลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด จากการเก็บแบบสอบถามมีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ 10 ชุด จึงไม่สามารถนำมาคำนวณ ดังนั้นแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้รวมทั้งหมด 290 ชุด ในการวิจัยครั้งนี้จากนั้นได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการกลุ่มแบบแบ่งกลุ่ม Cluster Sampling

แบบสอบถามมี 2 ส่วน ประกอบด้วย (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมี Screen Question เป็นคำถามกรองผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ข้อ ถัดมาเป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ เฉลี่ยต่อครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว สิ่งจูงใจในการเลือกเช่าบ้านและคำแนะนำในการเช่าบ้าน จำนวน 12 คำถาม (2) ข้อมูลคุณลักษณะ และระดับคุณลักษณะของบ้านเช่าในด้านต่างๆ โดยคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้เช่าและผู้ประกอบการ โดยมีการสมมติว่าหากผู้ตอบแบบสอบถามกำลังจะเลือกเช่าบ้าน มีรายละเอียดบ้านเช่าให้พิจารณาทั้งหมด 20 แบบ โดยมี

รายละเอียดบ้านเช่าแต่ละรูปแบบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1-10 คะแนน

ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 290 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 159 คน มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี เป็นจำนวน 141 คน สถานภาพโสด เป็นจำนวน 212 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี 135 คน รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 111 คน มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 158 คน และมีสมาชิกภายในครอบครัวส่วนใหญ่ 3 คนขึ้นไป จำนวน 109 คน

จากผลวิเคราะห์แบบจำลองความชอบต่อคุณลักษณะในการเลือกเช่าบ้านของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจ มีความชอบหรือความเอนเอียงจะชอบ จากคุณลักษณะ (Attribute) ทั้ง 5 คุณลักษณะ โดยคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สภาพบ้านเช่า 33.40% พื้นที่ 24.15% ราคา 17.98% เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ 14.26% และเครื่องกนน้ำหยอดเหรียญ 11.20% หากพิจารณาตามคุณลักษณะทั้ง 5 คุณลักษณะและระดับคุณลักษณะ

จากการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกคุณลักษณะบ้านเช่าที่ต่างกัน พบว่า

การทดสอบสมมติฐาน 1: เพศที่ต่างกันจะมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่ต่างกันด้วยการวิเคราะห์ T-Test พบว่า ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐาน 2 : อายุที่ต่างกันจะมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่ต่างกัน พบว่า ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐาน 3 : สถานภาพที่ต่างกัน จะมีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่ต่างกัน พบว่า สถานภาพที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อสภาพบ้านเช่าที่ต่างกัน ($p < 0.05$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงผลในตาราง 1

ตาราง 1 สถานภาพที่ต่างกันจะมีลักษณะการตัดสินใจที่ต่างกัน ด้านสภาพบ้านเช่า

คุณลักษณะ ของบ้านเช่า	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Means Square	F	Sig.
สภาพบ้านเช่า	ระหว่างกลุ่ม	2533.74	2	1266.892	5.660	.004*
	ภายในกลุ่ม	64238.663	287	223.828		
	รวม	66772.447	289			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 2 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีวิเคราะห์ (Lest Significant Difference:LSD) ด้านสภาพบ้านเช่า จำแนกตามสถานภาพ

สภาพบ้านเช่า	X	(n = 290)		
		สภาพบ้านเช่า		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง
		33.11	28.79	47.06
โสด	33.11	-	4.32*	- 13.95*
สมรส	28.79	-	-	- 18.27*
หย่าร้าง	47.06	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด LSD พบว่า กลุ่มประชากรที่มีสถานภาพโสด จะมีการตัดสินใจเช่าบ้านด้านสภาพบ้านเช่ามากกว่ากลุ่มประชากรที่มีสถานภาพสมรส แต่กลุ่มประชากรที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจเช่าบ้านด้านสภาพบ้านเช่าน้อยกว่ากลุ่มประชากรที่มีสถานภาพหย่าร้าง

การทดสอบสมมติฐาน 4 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อราคาบ้านเช่าที่แตกต่างกัน ($p < 0.05$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงผลในตาราง 3

ตาราง 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีลักษณะการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ด้านราคา

คุณลักษณะ ของบ้านเช่า	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Square	df	Means Square	F	Sig.
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1498.643	5	299.729	2.343	.042*
	ภายในกลุ่ม	36334.164	284	127.937		
	รวม	37832.808	289			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีวิเคราะห์ LSD ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 290)

ระดับการศึกษา	Mean	ระดับการศึกษา					
		ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		11.43	24.5	17.49	22.01	17.69	15.41
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	11.43	-	-13.07	-6.06	-10.6	-6.26	-3.98
มัธยมศึกษา ตอนต้น	24.5	-	-	7.01	2.49	6.81	9.09

มัธยมศึกษาตอน ปลาย,ปวช	17.49	-	-	-	-4.52	-0.2	2.08
ปวส.	22.01	-	-	-	-	4.32*	6.60*
ปริญญาตรี	17.69	-	-	-	-	-	2.28
สูงกว่าปริญญาตรี	15.41	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด LSD พบว่ากลุ่มประชากรที่มีระดับการศึกษา ปวส. จะมีการตัดสินใจเช่าบ้านด้านราคามากกว่า กลุ่มประชากรที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

การทดสอบสมมติฐาน 5 : รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวที่แตกต่างกัน มีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อราคาบ้านเช่าที่แตกต่างกัน ($p < 0.05$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงผลในตาราง 5

ตาราง 5 รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวที่แตกต่างกันจะมีลักษณะการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ด้านราคา

คุณลักษณะ ของบ้านเช่า	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Square	df	Means Square	F	Sig.
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1498.643	5	299.729	2.343	.042*
	ภายในกลุ่ม	36334.164	284	127.937		
	รวม	37832.808	289			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 6 เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มด้วยวิธีวิเคราะห์ LSD ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว (n=290)

รายได้เฉลี่ย ต่อครอบครัว	X	รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว			
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
		20.97	18.66	20.28	15.54
ต่ำกว่า 10,000 บาท	20.97	-	2.31	0.69	5.43
10,001 - 20,000 บาท	18.66	-	-	-1.62	3.12
20,001 - 30,000 บาท	20.28	-	-	-	4.74*

30,001 บาทขึ้นไป	15.54	-	-	-	-
------------------	-------	---	---	---	---

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 6 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด LSD พบว่ากลุ่มประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว 20,001 – 30,000 บาทจะมีการตัดสินใจเช่าบ้านด้านราคามากกว่ากลุ่มประชากรที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

การทดสอบสมมติฐาน 6 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน พบว่าไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐาน 7 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีลักษณะการตัดสินใจเช่าบ้านที่แตกต่างกัน พบว่า ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาการตัดสินใจเช่าบ้าน ในพื้นที่เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ด้วยการวิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบร่วม พบว่า คุณลักษณะที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเช่าบ้านมากที่สุดจาก 5 คุณลักษณะพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านสภาพบ้านเช่ามากที่สุด เนื่องจากสภาพบ้านเช่าเป็นลักษณะทางกายภาพที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องสภาพปัจจุบันและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่า คุณลักษณะด้านสภาพห้องพักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าพักของนักศึกษา รองลงมาด้านพื้นที่ จากข้อมูลส่วนบุคคลส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คนขึ้นไป อยู่อาศัยเป็นครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมความต้องการ ค่านิยม ของผู้อยู่อาศัยในบ้านแถวจัดสรรกับอัตราการใช้กระแสไฟฟ้า ของ สุภาวดี บุญจันทร์ (2554) พบว่า พฤติกรรมผู้อยู่อาศัยสามารถนำไปปรับปรุงด้านการออกแบบบ้านให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับด้านสภาพบ้านและพื้นที่ หากมีสภาพบ้านเช่าที่ใหม่ พื้นที่บ้านเหมาะสมกับจำนวนสมาชิกภายในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวส่วนใหญ่ 30,001 บาทขึ้นไป สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความเต็มใจจ่ายของนิสิตหรือนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในธุรกิจบริการห้องพักเขตเทศบาล เมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าค่าเช่าควรกำหนดอยู่ที่ราคา 2,000 – 3,000 บาทต่อเดือน เนื่องจากนักศึกษาในระดับอุดมศึกษามีรายได้ที่จำกัด ด้านเครื่องคบน้ำหยอดเหรียญและเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ สอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกที่อยู่อาศัย Siegel อธิบายว่า ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยมีอยู่ 3 ประการโดย 1 ใน 3 ประการนั้นคือ สภาพแวดล้อมโดยรอบ บริการต่างๆที่สามารถเข้าถึงได้

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการต่อการเลือกคุณลักษณะบ้านเช่าที่แตกต่างกัน พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลด้าน สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านสถานภาพพบว่าให้ความสำคัญกับสภาพบ้านเช่า ด้านระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับราคา และรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวให้

ความสำคัญกับราคาซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวาล เวศย์วรุฒม์ (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะด้านสภาพบ้านเช่ามีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านเช่า ควรทำการปรับปรุง ซ่อมแซม บำรุงรักษาสภาพบ้านเช่าให้ดูดีอยู่เสมอเพราะถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเช่าบ้านประการแรกที่ผู้เช่าสามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า

2. เทคนิควิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบร่วม Conjoint Analysis ในธุรกิจอื่นๆ ได้ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง สิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด และทำให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคง

เอกสารอ้างอิง

- ชัชวาล เวศย์วรุฒม์ (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตมหาวิทยาลัยศิลปากร
- จิรวัดน์ ภูวกิจ (2556). การศึกษาความเต็มใจจ่ายเงินของนิสิตหรือนักศึกษาในธุรกิจบริการหอพักเทศบาลเมืองนครปฐม. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตมหาวิทยาลัยศิลปากร
- เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กาญจนา แก้วแหยม (2539) สภาพปัจจุบันและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุภาวดี บุญยฉัตร (2554) พฤติกรรม ความต้องการ ค่านิยม ของผู้อยู่อาศัยในบ้านแถวจัดสรรกับอัตราการใช้กระแสไฟฟ้า. มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี
- William Alonso (1964). Location and Land Use: Toward a General Theory of Land Rent*
- Booms, B. & Bitner, M. J. (1981). *Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms*. *Marketing of Services*, James H. Donnelly and William R. George, eds. Chicago: American Marketing Association, 47-51