

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ต

Factors affecting apartment rental decision in Phuket.

เฟื่องฟ้า ขอทวีวัฒนา<sup>1</sup>

Fuangfa Khotawewattana<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม 400 ชุด โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง รายได้เฉลี่ยในช่วง 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่นอกจังหวัดภูเก็ตด้านการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เช่าอาศัยในห้องพัก 2 คน โดยตัดสินใจด้วยตนเองและเลือกเช่าในราคา 2,001 – 3,000 บาท โดยต้องการจ่ายเงินค่ามัดจำเพียง 2,001 – 3,000 บาทเช่นกัน ทั้งนี้เลือกเช่าใกล้ที่ทำงานมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลอพาร์ทเมนท์ด้วยตนเองโดยมีการเปรียบเทียบแต่ละอพาร์ทเมนท์ก่อนตัดสินใจเช่า การศึกษาปัจจัยการตลาด พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างพบว่าปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งการตลาด และด้านการนำเสนอทางกายภาพ มีส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดภูเก็ต ส่วนการศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า รายได้ส่วนบุคคล อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) อัตราการว่างงาน อัตราเงินเฟ้อ และอัตราการดอกเบี้ยมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดภูเก็ต

**คำสำคัญ :** อัตราการว่างงาน , อัตราเงินเฟ้อ , อัตราดอกเบี้ย , อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP)

---

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Graduate student, Master of Business Administration program, Ramkhaeng University; Email: noonoyacc@gmail.com

## บทนำ

### ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ที่พักอาศัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์นอกเหนือจากเครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรคจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน มนุษย์จะแสวงหาถิ่นฐานที่อยู่อาศัยที่มีความมั่นคงปลอดภัย และเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตมากที่สุดซึ่งในสภาพสังคมปัจจุบัน เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป มีผลทำให้ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ที่อยู่อาศัยแนวราบมีราคาแพงขึ้น และหาได้ยากมากขึ้น จึงทำให้เกิดธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ ซึ่งเป็นที่พักอาศัยเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่อาศัยในเขตเมืองที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วตามการพัฒนาของประเทศโดยสังคมไทยในปัจจุบันมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสังคม อุตสาหกรรม และการศึกษาทำให้มนุษย์จำเป็นต้องมีการย้ายถิ่นฐานที่อยู่อาศัยตลอดเวลา โดยพยายามเลือกที่อยู่อาศัยที่ดี และเหมาะสมไว้สำหรับตัวเองและครอบครัวเสมอ ด้วยเหตุนี้เองทำให้ความต้องการในการหาที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ การเติบโตของเมืองและการพัฒนาเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กัน ยิ่งเศรษฐกิจเติบโตเพิ่มมากขึ้น ประชากรเพิ่มขึ้น ทำให้เมืองเติบโตเพิ่มขึ้นด้วยเหตุนี้เองทำให้ความต้องการของที่อยู่อาศัยในเขตเมืองเพิ่มมากขึ้นไปด้วย การที่มนุษย์แสวงหาที่อยู่อาศัยที่ดี มีคุณภาพและเป็นไปตามความต้องการของทุกคนในครอบครัวย่อมส่งผลให้สุขภาพอนามัยและความเป็นอยู่ดีขึ้นทั้งทางกายและจิตใจ ตลอดจนทำให้มีความมั่นคงในชีวิตมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกันถ้าคนในสังคมประสบปัญหาขาดแคลนที่อยู่อาศัยไม่ตรงกับความต้องการแล้วจะส่งผลกลับคุณภาพชีวิตโดยตรง (สงกรานต์ คงเพชร, 2553) ทั้งนี้จังหวัดภูเก็ตเป็นหนึ่งในจังหวัดในภาคใต้ที่มีความเจริญในแทบทุกด้านเทียบเท่ากับกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลักที่ได้รับความนิยมสูงสุดของนักท่องเที่ยว และเป็นจังหวัดที่มีคนอาศัยอยู่หนาแน่นที่สุดอีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ทั้งนี้จังหวัดภูเก็ตยังเป็นสถานที่ตั้งของโรงแรมระดับ 5 ดาว ขนาดใหญ่หลายแบรนด์ สถานที่ราชการสำคัญ สถานศึกษา และบริษัทเอกชนที่มีชื่อเสียง เป็นต้น ทำให้ความต้องการของที่พักอาศัยเพิ่มมากขึ้น โดยสังเกตได้จากจำนวนอพาร์ทเมนท์ที่เช่ารายเดือนในจังหวัดภูเก็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก และมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง ทำเลที่ตั้ง และราคาเช่าห้องพัก เมื่อมีการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานมาทำงานของประชาชนผู้ใช้แรงงานหรือเพื่อการศึกษา การเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อพักอาศัยในบริเวณใกล้เคียงกับที่ทำงานหรือสถานศึกษาอาจจะเหมาะสมมากกว่าและมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับการซื้อที่พักอาศัยถาวร เช่น บ้าน ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียมหรือปลูกสร้างบ้านเป็นของตนเอง (ฉัยญา สยามภักดิ์, 2557) อย่างไรก็ตามตลาดคอนโดมิเนียมในภูเก็ตเริ่มได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นที่สูงสุดในเอเชีย โดยตลาดมีการขยายตัวตั้งแต่วันที่ พ.ศ. 2533 พร้อมไปกับการเติบโตด้านการท่องเที่ยวในภูเก็ต ภูเก็ตมีการวางตำแหน่งทางการตลาดคอนโดมิเนียมที่เหมาะสม อีกทั้งมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกและให้ความบันเทิงระดับโลก และมีสนามบินนานาชาติซึ่งสามารถเดินทางเข้าถึงได้โดยสะดวก นักลงทุนจำนวนมากจึงเลือกที่จะลงทุนในตลาดคอนโดมิเนียมในภูเก็ตเนื่องจากเป็นตัวเลือกที่

ผสมผสานระหว่างความหรูหราแบบตะวันตกกับวิถีชีวิตแบบประเทศแถบร้อนชื้นซึ่งทำให้หลายคนไปใช้บริการคอนโดมิเนียมแทนการใช้บริการอพาร์ทเมนต์(ประกายเพชร มีชูสาร CBRE, 2563) ถึงแม้ว่าการเติบโตของธุรกิจคอนโดมิเนียมที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า แต่ก็ถือเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการให้เช่าอพาร์ทเมนต์จะต้องปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันที่เกิดขึ้น เช่น ปรับปรุงอพาร์ทเมนต์ให้ดูทันสมัย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ รวมไปถึงการปรับราคาให้สามารถแข่งขันได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น เพราะฉะนั้น ถ้าผู้ประกอบการทราบว่าปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ก็สามารถได้นำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม(ฉัญญา สยามิกักดี, 2557)

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต

### สมมุติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต
2. ปัจจัยทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต
3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต

### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยกลุ่มประชากรตัวอย่างคือกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ต โดยจะทำการสำรวจด้วยการใช้แบบสอบถาม และมีระยะเวลาในการสำรวจระหว่างเดือนธันวาคม 2563 - เดือนมกราคม 2564

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอพาร์ทเมนต์

อพาร์ทเมนต์ หมายถึง อาคารพักอาศัยเพื่อเช่า โดยที่ผู้อยู่อาศัยมีสิทธิแค่เช่าพักเท่านั้น ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ได้ระบุความหมายไว้ว่า “เจ้าของ” ให้ “ผู้พัก” เข้าพักโดยมีเจตนาให้ผู้พักเข้ามาเพื่อเอาค่าตอบแทนที่เรียกว่า “ค่าเช่า” มีการทำสัญญาเพื่อกำหนดระยะเวลาในการใช้บริการ และมีการรับเงินมัดจำหรือเงินประกันความเสียหายไว้ส่วนหนึ่งโดยมีขั้นตอนหลักๆ คือ ชำระเงินทำสัญญาและส่งมอบหลักฐานที่สามารถยืนยันตัวตนของผู้พักได้ในส่วนของกฎระเบียบและเนื้อหาของสัญญาจะ

แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ โดยสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารพักอาศัยนั้น ส่งผลต่อความต้องการ และความพึงพอใจในการเลือกเช่าพักอาศัย (ณัฐวัชรอัศวินวงศ์, 2556)

**ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ** Schiffman and Kanuk (1994, p. 659) ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะ พิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

**ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด** ประกอบไปด้วย 9 ด้าน ดังนี้ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ชูติมา ผ่องพรรณวิบูล (2555) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ห้องพักมีอากาศถ่ายเทสะดวก มีแสงสว่างเพียงพอ และจากงานวิจัยของโชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า การขยายตัวของตลาดคอนโดมิเนียมส่งผลให้ผู้ประกอบการมีการสร้างคอนโดมิเนียมหลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2. ปัจจัยด้านราคา (Price) มาริสา จุลสมบุญ (2555) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจ อพาร์ทเมนต์ พบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเรื่องค่าบริการไฟฟ้าและค่าน้ำประปา 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มาริสา จุลสมบุญ (2555) ทำการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจอพาร์ทเมนต์จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องทำเลที่ตั้งที่ใกล้ที่ทำงาน หรือสถานศึกษามากที่สุด รองลงมาคือเรื่องความสะดวกในการเดินทางและให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับเรื่องความสะดวกในการจอดรถ 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ชนาบุศ เชี่ยวเชิงการุณ (2554) ที่ทำการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกห้องพักในเขตนิกมออดสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานครกรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า 32 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการลดราคาค่าเช่ามากที่สุด และการศึกษาของพัชรี โชคบำรุงศิลป์ (2554) ที่ศึกษาการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ในเรื่องมีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนมีส่วนลดค่าเช่าในกรณีทำสัญญาระยะยาว มีป้ายโปรสเตอร์โฆษณาห้องพักชัดเจน และมีค่านายหน้าให้แก่ผู้แนะนำลูกค้า 5. ปัจจัยทางด้านบุคลากร (People) สงกรานต์ คงเพชร (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านบุคลากรในระดับมาก ในเรื่องผู้ให้บริการหรือพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมีพนักงานบริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสและพนักงานที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดห้องพัก ค่าเช่า ค่าใช้จ่ายต่างๆ มีความรู้และทักษะความชำนาญสอดคล้องกับผลการวิจัยของชัชวาล เวศย์วรุฒม์ (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพัก

อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ในเรื่องพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งต่างๆภายในห้องพักเป็นอย่างดี พนักงานมีใจรักบริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อทุกคนพนักงานให้บริการที่ดีเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย และพนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาทุกอย่างได้เป็นอย่างดี 6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) สตรีตวิทย์ สุขเพิ่ม (2556) ทำการวิจัยความต้องการของนิสิตต่อการบริการด้านห้องพักนิสิตของมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่านิสิตห้องพักมหาวิทยาลัยนเรศวร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง ในเรื่องความต้องการสถานที่จอดรถที่เหมาะสมเพียงพอสะดวก ปลอดภัย และจากผลการวิจัยของพรชัย ปิณฑนรัตน์ (2556) ที่วิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตชนบทกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเรื่องการออกแบบ และจัดสรรพื้นที่และห้องพักในระดับมากที่สุด 7. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) พรชัย ปิณฑนรัตน์ (2556) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตชนบท กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในด้านระบบความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการวิจัยของชาญศู เขียวเชิงการุณ (2554) ที่ได้วิจัยปัจจัยการตัดสินใจเลือกห้องพักในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า 32 พบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในการบริการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 8. ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์(ระดับการศึกษา)ธัญพร เลิศวรรณพงษ์ (2554) ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการจากบ้านเพลินิจิตรอพาร์ทเมนท์ที่ได้รับตรงตามความคาดหวังไว้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปแตกต่างกัน และมีความพึงพอใจในการบริการดีกว่าอพาร์ทเมนท์อื่นที่เคยพักมา 9. ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ (รายได้) รัตนาภรณ์ศิริเครือวัลย์ (2554) ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากรายได้ที่มีอยู่จำกัดหากค่าใช้จ่ายในด้านที่พักราคาสูงเกินไปก็จะส่งผลให้นักศึกษาจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งไปจ่ายเป็นค่าที่พัก สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิญา สุธเวหา (2549) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์กรณีศึกษา:อพาร์ทเมนท์ในเขตเทศบาลคลองหลวง พบว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ทฤษฎีด้านเศรษฐกิจ** นราทิพย์ ชุตินวงศ์ (2559 : 14) อธิบายว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่แต่ละหน่วยเศรษฐกิจเกี่ยวข้องอยู่เราอาจแยกหน่วยเศรษฐกิจได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่1)ผู้บริโภค (consumer) คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการที่ผลิตในระบบเศรษฐกิจ มีเป้าหมายในการแสวงหา

ความพอใจสูงสุด (maximize satisfaction) 2) ผู้ผลิต (producer)คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการในระบบเศรษฐกิจ มีเป้าหมายกำไรสูงสุด (maximize profit) 3) เจ้าของปัจจัยการผลิต (factor owner)คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีปัจจัยการผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิดครอบครอง เจ้าของปัจจัยการผลิตจะนำปัจจัยการผลิตของตนออกมาให้ผู้ผลิตใช้ในการผลิต โดยมีเป้าหมายในการแสวงหาผลตอบแทนสูงสุด (maximize gain)

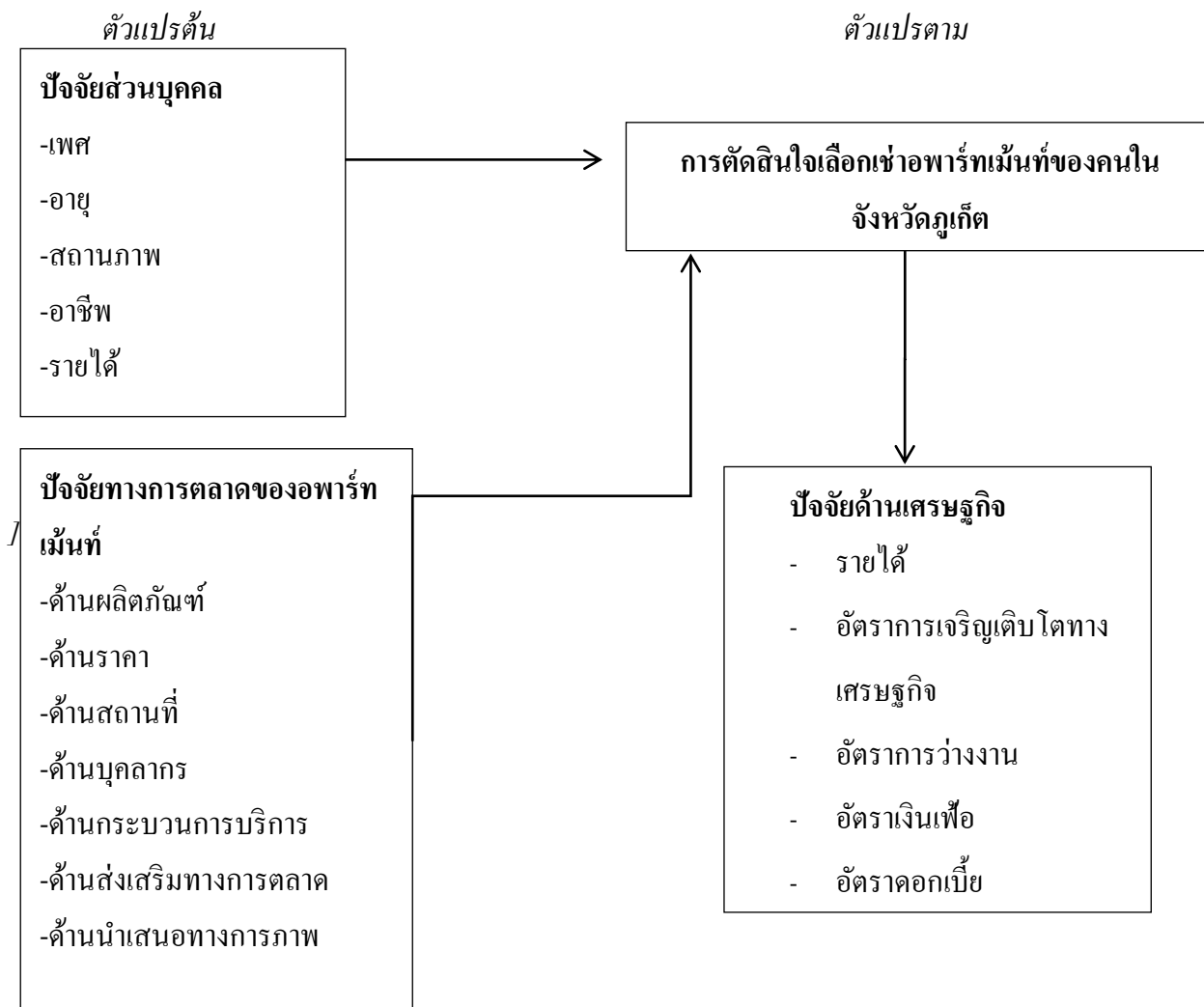
**ทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์**(พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร: 2529 หน้า 312-315) ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป โดยความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีผลให้มีอิทธิพลต่อการสื่อสารซึ่งอาจจำแนกออกเป็นกลุ่ม คือ 1. เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางประการของเพศชายและเพศหญิงที่ต่างกันจะส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน 2. อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่มีอายุต่างกันให้เชื่อฟัง หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟังให้เปลี่ยนทัศนคติและเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น 3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อพฤติกรรมของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก 4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของมนุษย์จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรม

ฝนทิพย์ วงศ์สุชาติกุล(2558 ,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ธุรกิจห้องเช่า ประเภทคอนโดมิเนียมให้เช่า หรืออพาร์ทเมนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากกรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางความเจริญมีประชากรตามทะเบียนราษฎร และประชากรแฝงในกรุงเทพมหานคร ถึง 8,839,022 คน หรือประมาณ 14% ของประชากรทั้งประเทศ (ก.พ.2556) และหากนับรวมประชากรที่เดินทางจากปริมณฑลโดยรอบที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร และชาวต่างชาติ จะพบว่ามีประชากรในกรุงเทพมหานครมากกว่า 10 ล้านคน เมื่อมีประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการที่พักอาศัยจึงมากขึ้นตามมาด้วยการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ ใช้เงินลงทุนไม่น้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาขึ้น เพื่อให้งานวิจัยนี้เป็นข้อมูล สำหรับผู้ประกอบการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ หรือการวางแผนกลยุทธ์เพื่อก่อให้เกิดกำไรสูงสุด โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่มีประสบการณ์เช่าห้องพักประเภท คอนโดมิเนียมให้เช่าหรืออพาร์ทเมนต์ สำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้นำปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7P's) รวมถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”ผลการศึกษาลงจากการ

วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการจัดการภายในการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

นิรมล พิพัฒน์สวัสดิ์ (2557, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย) การศึกษาค้นคว้าอิสระมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ และตัวชี้วัดในการประเมินความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 201 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 20 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีผู้พักอาศัยจำนวน 2 คน ตัวผู้พักเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าห้องพักมีระยะเวลาพักอาศัยระหว่าง 6 เดือน - 1 ปี ราคาเช่าต่อเดือนระหว่าง 2,000 - 3,000 บาท ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า ด้านห้องพักผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ ความปลอดภัยของห้องพัก ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ ค่าน้ำประปา ด้านทำเลที่ตั้งผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรกคือทำเลที่ตั้งใกล้ศูนย์การค้า/ตลาดสด ด้านการส่งเสริม การตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ การรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิดด้านพนักงานผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ ความเท่าเทียมกันในการดูแลลูกค้าของพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ความถูกต้องแม่นยำในการคำนวณค่าสาธารณูปโภค ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ ความมั่นคงแข็งแรงของอาคารจากการวิเคราะห์ห้อยคล้องประกอบสามารถแบ่งกลุ่มจากคำถามที่ใช้ ได้ 3 ปัจจัย ได้แก่ การให้บริการและการส่งเสริมการตลาด (Factor 1) ค่าบริการและสภาพแวดล้อม (Factor 2) ทำเลที่ตั้ง (Factor 3) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ 3 ปัจจัยพบว่าในด้านการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด (Factor 1) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านค่าบริการและสภาพแวดล้อม (Factor 2) อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านทำเลที่ตั้ง (Factor 3) สถานภาพและอายุแตกต่างกันในความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

## กรอบแนวความคิดการวิจัย



## วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างได้้จากประชากรเป้าหมายที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยนี้คือผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดภูเก็ต แต่เนื่องจากไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอน และไม่ทราบสัดส่วนของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดภูเก็ตได้จึงกำหนดให้มีขนาดความแปรปรวนสูงสุดคือ  $p=0.5$  และ  $q=0.5$  โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ดังนั้น จากสูตร Cochran กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามเพิ่มขึ้นอีก 5% รวมเป็น 405 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังเช่าอพาร์ทเมนท์ในจังหวัดภูเก็ต ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่า



สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช(Cronbrach' s alpha coefficient) ความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นภาพรวม เท่ากับ 0.887

การวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจึงนำมาประมวลผลผ่านวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแผนภูมิแท่ง และนำมาซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ผลทางสถิติ คือ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย และการวิเคราะห์ Independent Samples t-Test และ One-way ANOVA เพื่อทดสอบระดับการตัดสินใจว่าแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลหรือไม่เมื่อผู้วิจัยรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะแปลงแบบสอบถามเป็นรหัสเพื่อนำไปประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป จากนั้นจึงนำผลได้มาอภิปรายข้อมูลเชิงคุณภาพโดยทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำมาสนับสนุนการอธิบายเชิงปริมาณ

### ผลการวิจัย

ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลพบว่าส่วนมากเป็นเพศหญิง(ร้อยละ 62.7)ชาย (ร้อยละ 37.3 )สถานภาพ ส่วนใหญ่โสด (ร้อยละ 67.3) สมรสแล้ว (ร้อยละ 25.8)ที่เหลือน้อยร้าง โดยมีอายุส่วนใหญ่ช่วงอายุ 21 - 30 ปี (ร้อยละ 47.3) อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 34.0) ส่วนใหญ่ศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 44.5) อนุปริญญา / ปวส.(ร้อยละ 36.0 ) ที่เหลือเป็นระดับอื่นอาชีวะ ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง(ร้อยละ 58.5) ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย(ร้อยละ 19.8) ที่เหลือประกอบอาชีพอื่นรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยในช่วง 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 49.3 ) รายได้ภูมิฐานะของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด (ร้อยละ 79.0) ที่เหลือเป็นคนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

ตาราง 1 ภาพรวมระดับคะแนนเฉลี่ยปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 4 ด้าน (n=400)

ปัจจัยทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>	<b>4.22</b>	<b>0.49</b>	<b>ระดับมากที่สุด</b>
ระดับความปลอดภัยของห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจเช่าพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.66	0.52	ระดับมากที่สุด
ขนาดและความสะอาดของห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจเช่าพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.35	0.63	ระดับมากที่สุด

เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก เช่น เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.89	0.72	ระดับมาก
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ทีวี ตู้เย็น wifiเคเบิ้ล เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.99	0.73	ระดับมาก
<b>ด้านราคา</b>	<b>4.34</b>	<b>0.70</b>	<b>ระดับมากที่สุด</b>
อัตราค่าเช่ามีความเหมาะสมกับห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.49	0.73	ระดับมากที่สุด
จำนวนเงินมัดจำหรือเงินค้ำประกันเหมาะสมกับห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.29	0.81	ระดับมากที่สุด
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า) มีความเหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.26	0.80	ระดับมากที่สุด
<b>ด้านสถานที่</b>	<b>3.79</b>	<b>1.05</b>	<b>ระดับมาก</b>
ที่พักใกล้แหล่งชุมชนมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.93	2.58	ระดับมาก
ที่พักใกล้สถานศึกษาสถานที่ทำงานมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.93	0.87	ระดับมาก
ที่พักใกล้ห้างสรรพสินค้า/สถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.54	0.84	ระดับมาก
<b>ด้านบุคลากร</b>	<b>3.97</b>	<b>0.68</b>	<b>ระดับมาก</b>
พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าพักอย่างละเอียดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.94	0.75	ระดับมาก
ความสุภาพและความกระตือรือร้นในการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.98	0.72	ระดับมาก
พนักงานดูแลและให้บริการโดยเท่าเทียมกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.97	0.74	ระดับมาก
พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงทีมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.00	0.76	ระดับมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า เจลีย์ปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์มากที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** ภาพรวมระดับคะแนนเฉลี่ยปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ต ทั้ง 5 ปัจจัย (n=400)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
รายได้ส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.42	0.77	ระดับมากที่สุด
อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.46	1.00	ระดับมาก
อัตราการว่างงานมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	4.11	0.84	ระดับมาก
อัตราเงินเฟ้อมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.40	1.04	ระดับมาก
อัตราการดอกเบี้ยมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่	3.69	0.93	ระดับมาก
<b>โดยภาพรวมด้านทางเศรษฐกิจ</b>	<b>3.81</b>	<b>0.70</b>	<b>ระดับมาก</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

**ตาราง 3** การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน 3 ปัจจัย (n=400)

การตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.000*	แตกต่างกัน
2. ด้านราคา	.000*	แตกต่างกัน
3. ด้านทำเล	.000*	แตกต่างกัน
4. ด้านบุคลากร	.000*	แตกต่างกัน
5. ด้านกระบวนการบริการ	.000*	แตกต่างกัน
6. ด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาด	.000*	แตกต่างกัน
7. ลักษณะทางกายภาพของอพาร์ทเมนท์	.000*	แตกต่างกัน
8. ด้านเพศ	.000*	แตกต่างกัน
9. ด้านอายุ	.001*	แตกต่างกัน
10. ด้านระดับการศึกษา	.426	ไม่แตกต่างกัน

11. ด้านสถานภาพ	.217	ไม่แตกต่างกัน
12. อาชีพ	.000*	แตกต่างกัน
13. รายได้ต่อเดือน	.000*	แตกต่างกัน

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า บุคคลที่มีระดับการศึกษาและมีสถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอพาร์ทเมนท์ที่มีความต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเล บุคลากร กระบวนการบริการ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของอพาร์ทเมนท์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน ส่วนลักษณะที่มีความต่างกันด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผล

### 5.1 ข้อมูลลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

พบว่าประชากรมีสัดส่วนเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือร้อยละ 62.7 และ 37.3 ตามลำดับ ส่วนสถานภาพส่วนใหญ่โสดถึงร้อยละ 67.3 รองลงมาสมรสแล้วแค่ร้อยละ 25.8 เท่านั้น โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 - 30 ปีร้อยละ 47.3 และอายุ 31 - 40 ปีร้อยละ 34.0 สำหรับระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 44.5 และ อนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 36.0 ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างสูงถึงร้อยละ 58.5 และรองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขายร้อยละ 19.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยในช่วง 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 49.3 รองลงมารายได้เฉลี่ยในช่วง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 สำหรับภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด สูงสุดถึงร้อยละ 79.0ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

### 5.2 ปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ต

พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเช่าจำนวน 2 คนตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ที่สูงที่สุด (ร้อยละ 51.7 ) รองลงมาเช่าคนเดียว (ร้อยละ 35.5 ) ส่วนผู้มีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์มากที่สุด ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง (ร้อยละ 56.0 ) โดยอัตราค่าเช่าต่อเดือนที่เช่าอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่อัตราค่าเช่าในช่วง 2,001 - 3,000 บาท (ร้อยละ 44.5) รองลงมา 3,001 - 4,000 บาท (ร้อยละ 24.0)อัตราเงินมัดจำหรือเงินประกันที่ต้องการสำหรับการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่อัตราค่ามัดจำในช่วง 2,001 - 3,000 บาท (ร้อยละ 44.5) รองลงมา 3,001 - 4,000 บาท (ร้อยละ 24.0) ส่วนชของด้านบริเวณที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์มากที่สุด ส่วนใหญ่ตัดสินใจเช่าฯใกล้สถานที่ทำงาน (ร้อยละ 51.7 ) รองลงมาเช่าฯใกล้แหล่งชุมชน (ร้อยละ 37.0 ) โดยแหล่งข้อมูลก่อนตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่ตัดสินใจเช่าฯโดยหาข้อมูลด้วยตัวเอง(ร้อยละ 47.3) รองลงมา ตัดสินใจเช่าฯจากคำแนะนำคนรู้จัก

(ร้อยละ 36.8) ทั้งนี้ก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของกลุ่มประชากรส่วนใหญ่เปรียบเทียบกับบริเวณใกล้เคียงจำนวน 2 – 3 ที่ ก่อนตัดสินใจเช่า (ร้อยละ 40.5) รองลงมาเช่าฯ โดยทำการเปรียบเทียบ 1 ที่ ก่อนตัดสินใจเช่าฯ (ร้อยละ 28.5)

### 5.3 ปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ต

พบว่า ผลการศึกษาผลการศึกษาคำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ต พบว่าโดยภาพรวม 7 ด้านทางการตลาดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11 ) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ ได้แก่ระดับความปลอดภัยของห้องพัก กับขนาดและความสะอาดของห้องพักมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.66, 4.35) ตามลำดับส่วนข้ออื่นๆ ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านราคา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ ได้แก่อัตราค่าเช่ามีความเหมาะสมกับห้องพัก , จำนวนเงินมัดจำหรือเงินค้ำประกันเหมาะสมกับห้องพัก และ ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า) มีความเหมาะสมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49 , 4.29 , 4.26 ) ตามลำดับ ด้านสถานที่ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้แก่ที่พักใกล้แหล่งชุมชน , ที่พักใกล้สถานศึกษาสถานที่ทำงาน และ ที่พักใกล้ห้างสรรพสินค้า / สถานที่ท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93 , 3.93 , 3.54 ) ตามลำดับ ด้านบุคลากร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้แก่พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าพักอย่างละเอียด , ความสุภาพและความกระตือรือร้นในการบริการ, พนักงานดูแลและให้บริการโดยเท่าเทียมกัน และ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94 , 3.98 , 3.97 , 4.00 ) ตามลำดับ ด้านกระบวนการบริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้แก่ความถูกต้องแม่นยำในการคำนวณเรียกเก็บค่าใช้จ่ายกับมีพนักงานตลอด 24 ชั่วโมงหรือมีระบบความปลอดภัยมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29 , 4.37 ) ตามลำดับ ด้านส่งเสริมทางการตลาด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้แก่มีส่วนลดค่าเช่า หรือค่าบริการต่างๆ สำหรับผู้ที่ใช้บริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.39 ) ตามลำดับ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้แก่ ที่พักโปร่งอากาศถ่ายเทได้ดี บริเวณรอบๆมีความสะอาด , สภาพแวดล้อมเงียบสงบและบุคคลแวดล้อมไม่ส่งเสียงรบกวน และ มีที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอและปลอดภัยมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30 , 4.38 , 4.36 ) ตามลำดับ

5.4 ปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตพบว่า ผลการศึกษาผลการศึกษาคำคัญของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ต พบว่าโดยภาพรวมด้านทางเศรษฐกิจมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81 ) ได้แก่

**อันดับ 1** รายได้ส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.42) **อันดับ 2** อัตราการว่างงานมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์, ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.11) **อันดับ 3** อัตราการดอกเบี้ยมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) **อันดับ 4** อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.46) **อันดับ 5** อัตราเงินเฟ้อมีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.40)

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาข้อมูล ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของคนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการอพาร์ทเมนต์ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลนี้ไปประยุกต์กับธุรกิจของตนเอง และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่เช่าอพาร์ทเมนต์ ในการทำวิจัยในครั้งนี้จะระบุถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย จะพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญดังนี้

- 1.ด้านผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยของห้องพัก ความสะอาดและขนาดของห้องพักผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับผู้เช่า
- 2.ด้านราคาต้องมีความเหมาะสมกับห้องพัก หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก รวมไปถึงเฟอร์นิเจอร์
- 3.ด้านสถานที่ ผู้ประกอบการจะต้องดูว่าอพาร์ทเมนต์ของท่านนั้นตั้งอยู่ในบริเวณใดใกล้แหล่งชุมชนหรือใกล้สถานที่สำคัญหรือไม่ เพื่อที่จะสามารถกำหนดราคาห้องพักได้อย่างเหมาะสม
- 4.ด้านการบริการและด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมพนักงานหรืออ็อปเดทข่าวสาร เช่น เรื่องค่าเช่า ส่วนลดต่างๆ เพื่อที่พนักงานจะได้ตอบลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- 5.ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ประกอบการควรมีส่วนลดค่าเช่า หรือมีการผ่อนผันการจ่ายค่าเช่าให้กับผู้เช่าเพื่อเป็นสิ่งที่กระตุ้นการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์
- 6.ด้านนำเสนอทางการภาพ ส่วนใหญ่แล้วผู้เช่าจะให้ความสำคัญกับความสะอาดและความเงียบสงบ และที่สำคัญของการเช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดภูเก็ตคือการมีที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาอพาร์ทเมนต์และปรับปรุงการให้บริการของพนักงานให้ตรงตามต้องการของกลุ่มลูกค้าอยู่เสมอ

### ข้อจำกัดในการทำวิจัย

เนื่องจากการทำวิจัยในครั้งนี้มีระยะเวลาที่จำกัด ประกอบกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้กลุ่มประชากรที่อาศัยในจังหวัดภูเก็ตลดลง และอพาร์ทเมนต์บางแห่งหยุดให้บริการ จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถรวบรวมข้อมูลได้เพียงบางกลุ่ม

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การทำการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยสำรวจปัจจัยต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ท

เมื่ันท้องคนในจังหวัดภูเก็ตภายหลังจากภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยศึกษาปัจจัยด้านด้านบุคคล ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัด ภูเก็ตนำไปสู่การวางแผนดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่น หากมีผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคอื่นๆ ในอนาคต

## 2. การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยระบอบเขตการวิจัยและกลุ่มประชากรแยกเป็นแต่

ละอำเภอของจังหวัดภูเก็ต ทั้งหมด 3 อำเภอ โดยศึกษาปัจจัยด้านด้านบุคคลปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัย ด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของคนในจังหวัดภูเก็ตในแต่ละอำเภอซึ่งมีความ แตกต่างกันไปให้ธุรกิจหรือผู้ประกอบการแต่ละพื้นที่ทำการวางแผนดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม

### เอกสารอ้างอิง

สงกรานต์ คงเพชร.(2553). *ปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขต*

*กรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.สาขาการตลาด.*

สุริยา ตริชนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท.(2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชน*

*ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์. Veridian E- Journal*

*มหาวิทยาลัยศิลปากร , สาขาบริหารธุรกิจ.*

สุรัตน์ สดชื่นจิต .(2554). *การศึกษาความต้องการของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวก*

*ภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์ระดับกลางกรณีศึกษา  
มายเฮ้าท์เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์.(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,  
สาขาวิชาการออกแบบภายใน.*

วิภาพรรณ หิรัญเกิด.(2545). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการหอพักบริเวณถนน*

*รามคำแหง. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรจน์.*

ณัฐวี อำทอง.(2559). *เหตุผลในการเช่าอยู่ต่อหอพักหมู่7 ตำบลคอนหัวพ่อ อำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี.*

*สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.*

ชูชัย สมितिไกร.(2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร.*

สำนักงานแรงงานจังหวัดภูเก็ต.(2563).สถานการณ์แรงงานจังหวัดภูเก็ตไตรมาส 2/2563  
(เมษายน 2563 – มิถุนายน 2563).กระทรวงแรงงาน.

สำนักงานแรงงานจังหวัดภูเก็ต.(2563).สถานการณ์แรงงานจังหวัดภูเก็ตไตรมาส 3/2563  
(กรกฎาคม 2563 - กันยายน 2563).กระทรวงแรงงาน.