

แนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ต่อการให้เช่าห้องชุดพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม
: กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย



นายเกียรติศักดิ์ สัมครสมาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



5 2 7 4 2 5 3 2 2 5

CHANGES NEEDED FOR APARTMENT OPERATORS TO REMAIN COMPETITIVE WITH
RESIDENTIAL CONDOMINIUM RENTALS: A CASE STUDY OF BANGPLAD AND
BANGKOKNOI DISTRICT AREAS



Mr. Kiattisak Smaksman

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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 2010

Copyright of Chulalongkorn University

530642

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ต่อการให้เช่าห้องชุด
พักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม : กรณีศึกษาพื้นที่เขต
บางพลัดเขตบางกอกน้อย

โดย

นายเกียรติศักดิ์ สมัครสมาน

สาขาวิชา

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต จุลาสัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ มานพ พงศทัต, ศาสตราจารย์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุปรียา นีรัญโร, ศาสตราจารย์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ พัชรา พัชรวานิช)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(นายกิตติพล ปราโมช ณ อยุธยา)

เกียรติศักดิ์ สมัครสมาน : แนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ต่อการให้เช่าห้องชุดพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม : กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย.
(CHANGES NEEDED FOR APARTMENT OPERATORS TO REMAIN COMPETITIVE WITH RESIDENTIAL CONDOMINIUM RENTALS: A CASE STUDY OF BANGPLAD AND BANGKOKNOI DISTRICT AREAS) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
หลัก :รศ. ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 160 หน้า.

ปัจจุบันโครงการคอนโดมิเนียมได้มีการนำห้องชุดพักอาศัยออกมาให้เช่า โดยราคาค่าเช่ามีความใกล้เคียงกับอพาร์ทเมนต์ราคาในระดับปานกลางขึ้นไป ด้วยสาเหตุดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนต์ จำเป็นจะต้องปรับตัว โดยวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ เก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามกับกลุ่มผู้เช่าพักในอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมจำนวน 250 ตัวอย่าง สัมภาษณ์ลึกผู้ประกอบการจำนวน 6 โครงการ การเก็บข้อมูลโครงการ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ต่อไป

จากการศึกษาสภาพปัญหาของผู้เช่าในอพาร์ทเมนต์พบว่า อันดับแรกมีปัญหาด้านกายภาพ ได้แก่ มลภาวะทางเสียงที่เกิดจากรถยนต์ ร้องลงมาเป็นปัญหาด้านแสงสว่างภายในห้องไม่เพียงพอ อากาศไม่ถ่ายเท ที่จอดรถมีน้อย สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและในโครงการ ขาดความสะดวกในการเดินทาง พื้นที่พักผ่อนส่วนกลางและราคาค่าเช่าที่สูง

จากการศึกษาด้านแนวทางการปรับตัวควรปรับตัวดังนี้ 1) ด้านกายภาพซึ่งเกิดจากทำเลที่ตั้งของโครงการ ได้แก่ มลภาวะทางเสียง แสงและการถ่ายเทอากาศ การขาดความสะดวกในการเดินทาง และสภาพแวดล้อมที่สุ่มเสี่ยง 2) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น อินเทอร์เน็ต สัญญาณเคเบิลทีวี และภายในโครงการ เช่น ที่จอดรถ พื้นที่นั่งพักผ่อน 3) ด้านการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4) ด้านราคา 5) ด้านกระบวนการบริการ ตามลำดับ

สำหรับข้อเสนอแนะในการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ สำหรับด้านกายภาพ ด้านเสียงและแสง ได้แก่ การติดตั้งอุปกรณ์ดูดซับเสียงและป้องกันแสง เพิ่มระบบระบายอากาศและการปลูกต้นไม้ สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ ควรพิจารณาความเหมาะสมในการเลือกติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมที่สอดคล้องต่อการใช้งาน เนื่องจากกลุ่มผู้เช่ามีศักยภาพในการจ่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรทำโฆษณาประชาสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และด้านพนักงานที่ให้บริการควรมีการฝึกอบรมให้มีทักษะในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ภาควิชาเคหการ.....ลายมือชื่อ นิสิต อภิรดี นิลสมาน

สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก 4

ปีการศึกษา...2553.....

5274253225 : MAJOR REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORDS: APARTMENT/RESIDENCE FOR RENTAL

KIATTISAK SMAKSMAN: CHANGES NEEDED FOR APARTMENT OPERATORS TO REMAIN COMPETITIVE WITH RESIDENTIAL CONDOMINIUM RENTALS: A CASE STUDY OF BANGPLAD AND BANGKOKNOI DISTRICT AREAS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. TRIRAT JARUTACH, 160 pp.

At present, some condominium projects are renting out their units with the rents set at the same prices as those of a medium-level apartment. Thus, apartment building operators have to make changes to remain competitive in this environment. The aim of the present study was to investigate problems and provide operational guidelines for apartment operators. Data were collected by means of a questionnaire distributed to a total of 250 apartment and condominium tenants and in-depth interviews of six project operators. Data regarding the projects were gathered, and all of the data collected in this study were analyzed based on related theories to develop new guidelines for apartment operators. As regards the problems of apartment tenants, it was found that the most important problem was the problem of noise pollution from automobiles, followed by insufficient lighting in the units, poor air ventilation, lack of parking spaces, lack of facilities in the units and in the project, inconvenience in transportation, insufficient common relaxation areas, and high rates of rent. In terms of new guidelines, the following factors should be taken into consideration: 1) the physical aspect due to the location of the projects including noise pollution, lighting and air ventilation, lack of convenience in transportation, and unsafe environment; 2) the product aspect including facilities within the units such as the television set, refrigerator, Internet access, and cable TV, as well as within the projects themselves such as parking lots and lobbies; 3) the marketing aspect to meet the needs of target groups; 4) the pricing aspect; and 5) the service aspect, respectively.

It is recommended that to solve problems of the physical aspect, equipment to reduce noise and sunlight should be installed. Also, air ventilation systems should be added, and more vegetation should be planted. As for products, suitability of additional facilities to be installed should be considered as the tenants have the payment potential. In terms of marketing promotion, promotion should be advertised aimed toward the target customers. Finally, staff members who provide services to tenants should undergo training to equip them with skills needed for their operation, respectively.

Department :Housing..... Student's Signature *Kiattisak Smaksman*
 Field of Study :Real Estate Development.... Advisor's Signature *Trirat Jarutach*
 Academic Year....2010.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีและตลอดเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำข้อคิดเห็นที่เกิดประโยชน์ต่องานวิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ มานพ พงศทัต, ศ.ภิชาน ประธานกรรมการ สอบวิทยานิพนธ์ และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้แก่ รองศาสตราจารย์ สุปรีชา หิรัญโร, ศ.ภิชาน รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์ รองศาสตราจารย์ พัชรา พัชราวณิช และคุณกิตติพล ปราโมช ณ อยุธยา ที่ได้ให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ ในการแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ในระหว่าง ทำการศึกษาเป็นอย่างดีและขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประสานงานในภาควิชาเคหการ ที่คอยให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

ขอขอบคุณ คุณศรีประภา คงหมวก ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลเป็นอย่างดี และขอขอบคุณผู้ประกอบการ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่อพาร์ทเมนท์และคอนโดมีเนียมในพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย ที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบพระคุณบิดามารดาและเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยเป็นกำลังใจให้การสนับสนุนในทุกด้านๆ แก่ผู้ทำวิจัยมาจนจบสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนที่.....	ฐ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	8
1.3 ขอบเขตงานวิจัย.....	8
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดด้านที่อยู่อาศัย.....	12
2.2 แนวคิดด้านกลยุทธ์การตลาด.....	15
2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย.....	17
2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ Five Force Model.....	17
2.5 แนวคิดการวิเคราะห์คู่แข่ง.....	19
2.6 แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค.....	19
2.7 ทฤษฎีปัจจัยส่วนผสมการตลาด.....	21
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23

	๗
	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	33
3.1 วิธีการวิจัย.....	33
3.2 การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
3.6 ระยะเวลาการศึกษา.....	39
3.7 มังกระบวนกรวิจัย.....	41
บทที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของโครงการศึกษา.....	44
4.1 โครงการธีรินทร์แมนชั่น.....	45
4.2 โครงการสุวรรณนิเพลต.....	48
4.3 โครงการ 3เจ.คอร์ต.....	51
4.4 โครงการลุมพินีเพลต ปิ่นเกล้า2.....	55
4.5 โครงการรัตนโกสินทร์ไฮส์แลนด์.....	58
4.6 โครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	62
4.7 ผลสรุปการเปรียบเทียบรายละเอียดระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์ และคอนโดมีเนียม.....	65
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	69
5.2 ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ.....	96
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	115
6.1 สรุปผลการศึกษา.....	115
6.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	131
6.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	136
6.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	144

รายการอ้างอิง.....	145
ภาคผนวก.....	147
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	160



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 การจัดลำดับจำนวนหน่วยให้เช่า 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร	3
ตารางที่ 1.2 จำนวนอาหารตม้ันที่ระดับราคาเช่า 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป.....	7
ตารางที่ 1.3 จำนวนโครงการคอนโดมีเนียมให้เช่าในราคา 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป.....	7
ตารางที่ 2.1 สรุปการเปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
ตารางที่ 2.2 สรุปการเปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
ตารางที่ 3.1 จำนวนอาหารตม้ันที่ระดับราคาเช่า 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป.....	34
ตารางที่ 3.2 จำนวนโครงการคอนโดมีเนียมให้เช่าในราคา 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป.....	35
ตารางที่ 3.3 จำนวนแบบสอบถาม.....	36
ตารางที่ 3.4 แผนการดำเนินการวิจัย.....	40
ตารางที่ 3.5 กรอบแนวคิดวิธีวิจัย.....	42
ตารางที่ 4.1 รายชื่อโครงการที่ทำการศึกษา.....	44
ตารางที่ 4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโครงการธรีนทร์แมนชั่น.....	47
ตารางที่ 4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการธรีนทร์แมนชั่น.....	47
ตารางที่ 4.4 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการธรีนทร์แมนชั่น.....	47
ตารางที่ 4.5 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักโครงการสุวรรณินเพลส.....	50
ตารางที่ 4.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการสุวรรณินเพลส.....	50
ตารางที่ 4.7 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการสุวรรณินเพลส.....	50
ตารางที่ 4.8 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	53
ตารางที่ 4.9 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	54
ตารางที่ 4.10 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	54
ตารางที่ 4.11 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	57
ตารางที่ 4.12 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2....	58
ตารางที่ 4.13 ความปลอดภัยภายในโครงการโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	58
ตารางที่ 4.14 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักโครงการรัตนโกสินทร์โฮสแลนด์.....	60
ตารางที่ 4.15 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการรัตนโกสินทร์โฮสแลนด์.....	61
ตารางที่ 4.16 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการรัตนโกสินทร์โฮสแลนด์.....	61

ตารางที่ 4.17 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม...	64
ตารางที่ 4.18 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	64
ตารางที่ 4.19 ความปลอดภัยในโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	64
ตารางที่ 4.20 รูปการเปรียบเทียบรายละเอียดระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์และ คอนโดมีเนียม.....	65
ตารางที่ 4.21 รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักระหว่างโครงการ อพาร์ทเมนท์และคอนโดมีเนียม.....	66
ตารางที่ 4.22 รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการระหว่างโครงการ อพาร์ทเมนท์และคอนโดมีเนียม.....	67
ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรุนแรงของสภาพปัญหาในระหว่าง การเข้าพักอาศัยของโครงการอพาร์ทเมนท์.....	70
ตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรุนแรงของสภาพปัญหาในระหว่าง การเข้าพักอาศัยของโครงการคอนโดมีเนียม.....	72
ตารางที่ 5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	74
ตารางที่ 5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	74
ตารางที่ 5.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	75
ตารางที่ 5.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม..	76
ตารางที่ 5.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	77
ตารางที่ 5.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามเขตหรือย่านของสถานศึกษาหรือสถานที่ ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	78
ตารางที่ 5.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามภูมิลำเนาก่อนที่จะมาเข้าพักอาศัยของผู้ ตอบแบบสอบถาม.....	82
ตารางที่ 5.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	83
ตารางที่ 5.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามราคาค่าเช่ารวมค่าน้ำค่าไฟฟ้าและอื่นๆ ต่อเดือนในระหว่างการเข้าพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	85
ตารางที่ 5.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามขนาดของห้องเช่าพักของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	86

ตารางที่ 5.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามระยะเวลาการเข้าพักของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	88
ตารางที่ 5.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามจำนวนผู้พักอาศัยร่วมของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	90
ตารางที่ 5.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามลักษณะการเดินทางของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	91
ตารางที่ 5.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจย้ายมาเข้าพักที่ ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	93
ตารางที่ 5.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามการทราบถึงที่เข้าพักปัจจุบันของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	95
ตารางที่ 5.18 โครงการคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงโครงการธรีรินทร์แมนชั่น.....	98
ตารางที่ 5.19 โครงการคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงโครงการสุวรรณินเพลส.....	101
ตารางที่ 5.20 โครงการคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	105
ตารางที่ 5.21 โครงการคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	108
ตารางที่ 5.22 โครงการคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงโครงการรัตนโกสินทร์อีสต์แลนด์.....	111
ตารางที่ 5.23 โครงการคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงโครงการคอมมอนเวลธ์.....	114
ตารางที่ 6.1 แสดงการเปรียบเทียบอันดับความรุนแรงของสภาพปัญหาโครงการ อพาร์ทเมนท์และโครงการคอนโดมิเนียม.....	119
ตารางที่ 6.2 สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโครงการอพาร์ทเมนท์.....	
ตารางที่ 6.3 สรุปผลวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคโครงการ อพาร์ทเมนท์.....	120
ตารางที่ 6.4 สรุปผลวิเคราะห์คู่แข่งชั้น วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และวิเคราะห์ จุดขายโครงการอพาร์ทเมนท์.....	122
ตารางที่ 6.5 สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโครงการคอนโดมิเนียม.....	125
ตารางที่ 6.6 สรุปผลวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคโครงการ คอนโดมิเนียม.....	127
ตารางที่ 6.7 สรุปผลวิเคราะห์คู่แข่งชั้น วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และวิเคราะห์ จุดขายโครงการคอนโดมิเนียม.....	129

สารบัญแผนที่

	หน้า
แผนที่ 1.1 ที่ตั้งโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อเช่าที่เปิดให้เช่า ณ ไตรมาส 3 ปี 2550.....	2
แผนที่ 1.2 แสดงแนวโครงข่ายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินและในอนาคต.....	5
แผนที่ 1.3 ที่ตั้งโครงการอพาร์ทเมนท์และคอนโดมิเนียมในเขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย.....	6
แผนที่ 4.1 ที่ตั้งโครงการกรณีศึกษา.....	44



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองของ Five Force Model.....	18
ภาพที่ 2.2 การวิเคราะห์ จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT).....	21
ภาพที่ 2.3 เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	22
ภาพที่ 4.1 ภาพอาคารโครงการธรีรินทร์แมนชั่น.....	45
ภาพที่ 4.2 แผนผังของอาคารโครงการธรีรินทร์แมนชั่น.....	45
ภาพที่ 4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการธรีรินทร์แมนชั่น.....	46
ภาพที่ 4.4 ภาพห้องพักภายในโครงการธรีรินทร์แมนชั่น.....	46
ภาพที่ 4.5 แปลนห้องพักภายในโครงการธรีรินทร์แมนชั่น.....	46
ภาพที่ 4.6 แผนผังการบริหารโครงการโครงการธรีรินทร์แมนชั่น.....	47
ภาพที่ 4.7 ภาพถ่ายอาคารโครงการสุวรรณนิเพลส.....	48
ภาพที่ 4.8 แผนผังของอาคารโครงการสุวรรณนิเพลส.....	48
ภาพที่ 4.9 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการสุวรรณนิเพลส.....	49
ภาพที่ 4.10 ภาพห้องพักโครงการสุวรรณนิเพลส.....	49
ภาพที่ 4.11 แปลนห้องพักภายในโครงการสุวรรณนิเพลส.....	50
ภาพที่ 4.12 แผนผังการบริหารโครงการสุวรรณนิเพลส.....	51
ภาพที่ 4.13 ภาพถ่ายอาคารโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	51
ภาพที่ 4.14 ภาพแปลนอาคารโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	52
ภาพที่ 4.15 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	52
ภาพที่ 4.16 ภาพห้องพักโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	53
ภาพที่ 4.17 แปลนห้องพักภาพห้องพักโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	53
ภาพที่ 4.18 แผนผังการบริหารโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	54
ภาพที่ 4.19 ภาพอาคารของโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	55
ภาพที่ 4.20 ภาพแปลนโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	56
ภาพที่ 4.21 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	56
ภาพที่ 4.22 ภาพภายในห้องพักโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	57
ภาพที่ 4.23 ภาพแปลนห้องพักโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	57

ภาพที่ 4.24	แผนผังการบริหารโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2.....	58
ภาพที่ 4.25	ภาพอาคารของโครงการรัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์.....	59
ภาพที่ 4.26	ภาพแปลนโครงการรัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์.....	59
ภาพที่ 4.27	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการรัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์.....	59
ภาพที่ 4.28	ห้องพักในโครงการรัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์.....	60
ภาพที่ 4.29	ภาพแปลนห้องพักโครงการรัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์.....	60
ภาพที่ 4.30	แผนผังการบริหารโครงการรัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์.....	61
ภาพที่ 4.31	ภาพโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	62
ภาพที่ 4.32	ภาพแปลนอาคารโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	62
ภาพที่ 4.33	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	63
ภาพที่ 4.34	ภาพห้องพักในโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	63
ภาพที่ 4.35	แปลนห้องพักโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	64
ภาพที่ 4.36	แผนผังการบริหารโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม.....	65
ภาพที่ 6.1	แสดงข้อเสนอแนะห้องพักที่ได้ทำการปรับปรุงสำหรับโครงการ 3เจ.คอร์ต.....	137
ภาพที่ 6.2	แสดงแผนผังและพื้นที่จอดรถส่วนกลางโครงการ 3เจ.คอร์ตในปัจจุบัน.....	138
ภาพที่ 6.3	แสดงข้อเสนอแนะพื้นที่จอดรถส่วนเพิ่มบริเวณลานจอดรถกลางสำหรับ โครงการ 3เจ.คอร์ต ระยะที่ 1.....	138
ภาพที่ 6.4	แสดงข้อเสนอแนะพื้นที่จอดรถส่วนเพิ่มบริเวณลานจอดรถกลางสำหรับ โครงการ 3เจ.คอร์ต ระยะที่ 2.....	139
ภาพที่ 6.5	แสดงข้อเสนอแนะห้องพักที่ได้ทำการปรับปรุงสำหรับโครงการธีรินทร์ แมนชั่น.....	139
ภาพที่ 6.6	แสดงข้อเสนอแนะการปรับปรุงสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนส่วนกลาง สำหรับโครงการ ธีรินทร์แมนชั่น.....	140
ภาพที่ 6.7	แสดงภาพการปรับปรุงด้านเสียงด้านหน้าของโครงการสุวรรณินเพลส ปัจจุบัน.....	141

บทที่ 1

บทนำ

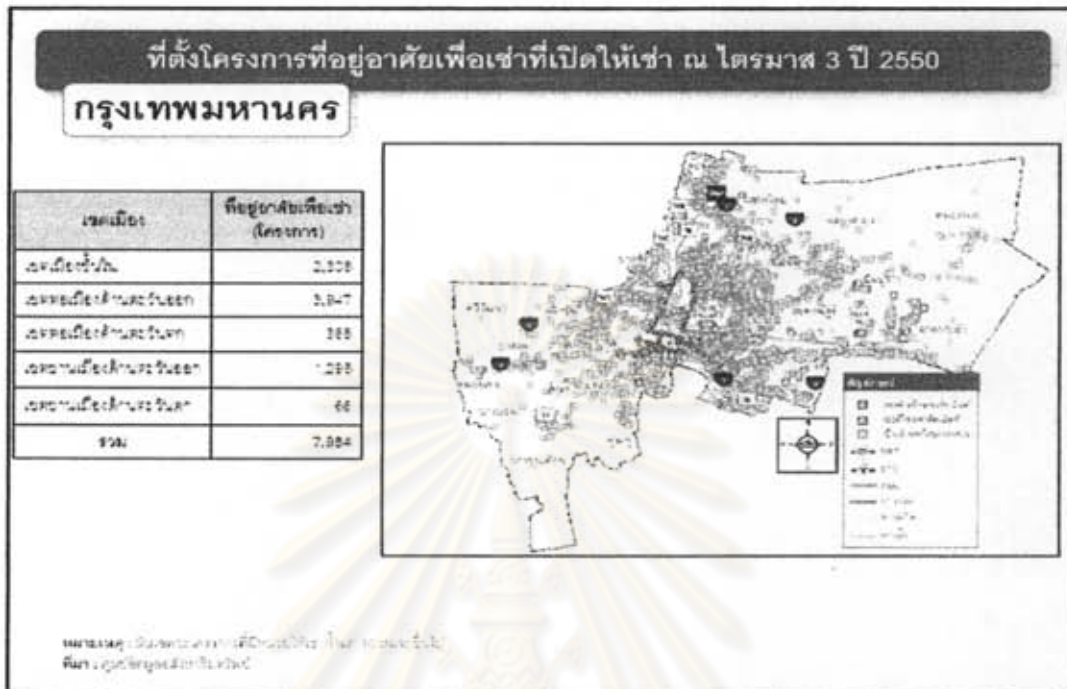
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศต่างๆ หลายด้าน เช่น สถานที่ราชการ ศูนย์กลางธุรกิจ การศึกษา ท่องเที่ยว และอื่นๆ จากผลพวงของความเจริญดังกล่าว ทำให้มีจำนวนประชากรเข้ามาอยู่อาศัยเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่แตกต่างกันเป็นจำนวนมาก ตัวเลขสถิติของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่แบบลงทะเบียนประมาณ 5.7 ล้านคน

นอกจากนี้ยังพบว่ามีการแฝงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เสนอต่อสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่าจะมีจำนวนประชากรแฝงเป็นสัดส่วนที่ 1.57 เท่าของประชากรที่ได้ลงทะเบียน หรือคิดเป็นประมาณ 3.25 ล้านคน ยังไม่นับรวมประชาชนที่อาศัยอยู่เขตปริมณฑลที่ต้องเดินทางเข้ามาเพื่อติดต่อธุรกิจ การศึกษา และอื่นๆ อีกจำนวนหนึ่ง ดังนั้นอาจคาดการณ์ได้ว่า กรุงเทพมหานครจะมีประชากรอาศัยอยู่ประมาณกว่า 10 ล้านคน จากรายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านทั่วประเทศและรายจังหวัด กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 พบว่ากรุงเทพมหานครพบว่ามีจำนวนบ้านที่จดทะเบียนเพียง 2.33 ล้านหลังคาเรือน

จากจำนวนประชากรที่มีจำนวนมากในกรุงเทพมหานครดังกล่าว ทำให้เกิดที่อยู่อาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการการอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก สำหรับที่พักอาศัยให้เช่าจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการอยู่อาศัย โดยเฉพาะผู้ที่ยังไม่ต้องการซื้อหรือยังไม่พร้อมที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยมีจำนวนโครงการเป็นจำนวนมากและกระจายตัวอยู่ตามเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ดังแสดงในแผนที่ 1.1

แผนที่ 1.1 ที่ตั้งโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อเช่าที่เปิดให้เช่า ณ ไตรมาส 3 ปี 2550



ผลการสำรวจศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์จำนวนโครงการอพาร์ทเมนต์ให้เช่า ที่อยู่ระหว่างการเช่าตั้งแต่อดีตจนถึงไตรมาส 3 ปี 2550 มีจำนวน 7,984 โครงการ หรือประมาณ 445,790 หน่วย โดยเขตที่มีจำนวนหน่วยให้เช่ามากที่สุด คือ เขตต่อเมืองด้านตะวันออกซึ่งมีจำนวนมากถึง 224,752 หน่วย รองลงมาเป็น เขตเมืองชั้นในจำนวน 142,245 หน่วย เขตชานเมืองด้านตะวันออกจำนวน 51,920 หน่วย เขตต่อเมืองด้านตะวันตกจำนวน 22,307 หน่วย และเขตชานเมืองด้านตะวันตกจำนวน 4,526 หน่วยตามลำดับ โดยมีอัตราเช่าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 88

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.1 การจัดลำดับจำนวนหน่วยให้เช่า 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร

เขต	จำนวน(หน่วย)	จำนวนห้องเช่าที่ระดับราคาเช่าต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน(หน่วย)	จำนวนห้องเช่าที่ระดับราคาเช่าสูงกว่า 5,000 บาทต่อเดือน(หน่วย)
บางกะปิ	47,415	46,242	1,173
วังทองหลาง	38,036	37,740	296
ลาดกระบัง	30,414	30,263	151
สวนหลวง	24,724	23,913	811
จตุจักร	22,372	20,529	1,843
ประเวศ	22,175	21,977	198
วัฒนา	21,884	17,124	4,760
บางนา	20,150	19,507	643
ห้วยขวาง	15,661	14,260	1,401
พระโขนง	14,152	12,758	1,394
ลาดพร้าว	13,719	13,512	207
บางพลัด	13,213	12,496	717
บางเขน	11,340	11,266	74
มีนบุรี	10,347	10,343	4
พญาไท	8,725	6,427	2,298
ดอนเมือง	8,535	8,223	312
ดินแดง	8,525	7,905	620
บางแค	8,234	8,234	0
บึงกุ่ม	8,168	8,148	20
หนองจอก	7,717	7,717	0
บางกอกน้อย	7,385	7,236	149
บางซื่อ	7,208	7,128	80
คลองเตย	6,099	2,928	3,171
คันนายาว	5,726	5,550	176
สาทร	5,580	3,722	1,858
ราชเทวี	4,921	2,355	2,566
สายไหม	4,712	4,412	0
ยานนาวา	4,149	3,420	729
หนองแขม	3,587	3,587	0
ดุสิต	3,460	3,208	252
บางขุนเทียน	3,455	3,440	15
คลองสามวา	3,442	3,442	0
บางรัก	3,099	902	2,197

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2550

เขต	จำนวน (หน่วย)	จำนวนห้องเช่าที่ระดับ ราคาเช่าต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน (หน่วย)	จำนวนห้องเช่าที่ระดับ ราคาเช่าสูงกว่า 5,000 บาทต่อเดือน (หน่วย)
บางคอแหลม	3,017	2,885	132
หลักสี่	2,942	2,942	0
ภาษีเจริญ	2,916	2,916	0
สะพานสูง	2,916	2,916	0
จอมทอง	2,716	2,544	172
บางกอกใหญ่	2,358	2,310	48
ทุ่งครุ	2,196	2,194	0
ธนบุรี	1,971	1,960	11
ราษฎร์บูรณะ	1,350	1,350	0
คลองจั่น	1,210	1,210	0
คลองสาน	1,154	1,154	0
บางบอน	1,071	1,071	0
พระนคร	1,045	914	131
ปทุมวัน	336	251	85
ป้อมปราบศัตรูพ่าย	163	163	0
ทวีวัฒนา	100	100	0
สัมพันธวงศ์	-	-	-
รวม	445,790	416,794	28,694

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์, 2550

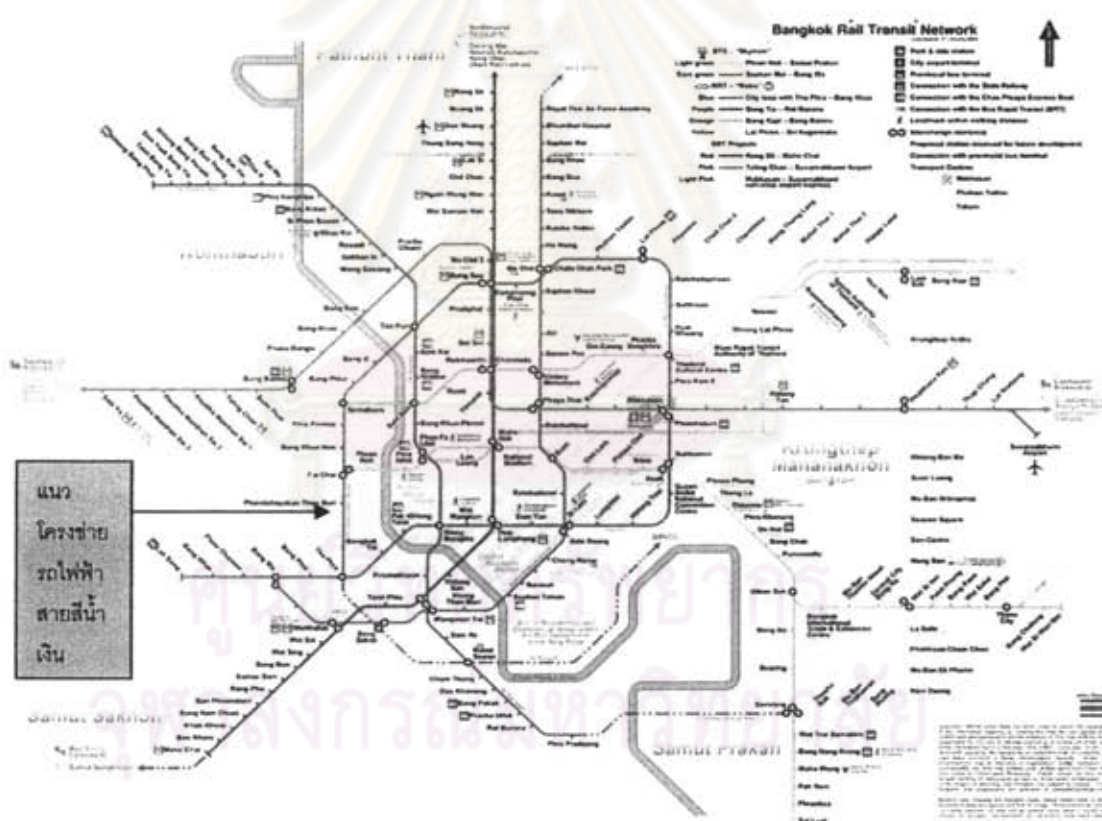
จากตารางที่ 1.1 แสดงการจัดลำดับจำนวนหน่วยให้เช่าจาก 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร
ดังนี้

กรุงเทพมหานครฝั่งพระนคร พบว่า เขตบางกะปิ ซึ่งมีจำนวนหน่วยให้เช่ามากถึง 47,415
หน่วย โดยแบ่งเป็นระดับราคาเช่าต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนจำนวน 46,242 หน่วย และสูง
กว่า 5,000 บาทต่อเดือนจำนวน 1,173 หน่วย

สำหรับกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรี พบว่า เขตบางพลัดเป็นเขตที่มีจำนวนหน่วยให้เช่ามาก
ที่สุด โดยมีมากถึง 13,213 หน่วย แบ่งเป็นระดับราคาเช่าต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนประมาณ
12,496 หน่วย และระดับค่าเช่าต่อเดือนสูงกว่า 5,000 บาทจำนวน 717 หน่วย ซึ่งสูงเป็นอันดับ
หนึ่ง และนอกจากนี้ยังพบว่าเขตบางกอกน้อยซึ่งเป็นเขตที่ติดต่อกัน ซึ่งมีจำนวนหน่วยให้เช่าเป็น
จำนวนกว่า 7,385 หน่วย

สำหรับเขตบางพลัดและบางกอกน้อย เดิมที่เป็นเขตเดียวกันและเป็นเขตเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่กรุงเทพมหานครฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรี เป็นศูนย์รวมของย่านธุรกิจ แหล่งการค้า ชุมชน และที่พักอาศัยตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังพบว่าใกล้แหล่งรวมของอาคารที่ทำการของหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล สถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนย่านธุรกิจการค้า พาหุรัด ลำพัง เยาวราช นอกจากนี้ยังมีโครงการระบบโครงข่ายเส้นทางคมนาคมต่างๆ เช่น โครงการสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาจากรัฐสภาแห่งใหม่ ระบบคมนาคมเรือด่วนเจ้าพระยาที่เปิดให้บริการจากนนทบุรีไปยังแหล่งธุรกิจการค้าย่านใจกลางเมือง อาทิ สาทร สีลม และโครงการระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินจากบางซื่อไปท่าพระ ดังแสดงในแผนที่ 1.2

แผนที่ 1.2 แสดงแนวโครงข่ายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินและในอนาคต



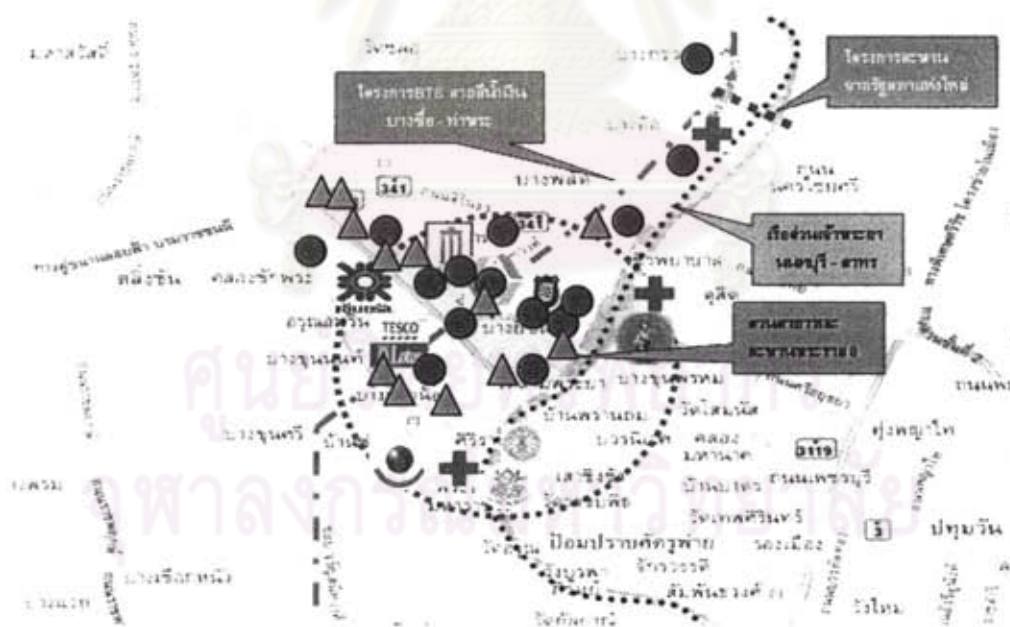
ที่มา : <http://nwaiphot.wordpress.com>

จากแผนที่ 1.2 แสดงแนวโครงข่ายรถไฟฟ้าในอนาคต จะเห็นได้ว่าโครงข่ายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินนั้นเป็นหนึ่งในโครงข่ายที่สามารถเชื่อมต่อไปยังเขตต่างๆ ของเมืองได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการเดินทาง และผลของโครงข่ายดังกล่าวจะช่วยส่งผลให้เกิดการ

เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะโครงการที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม และผลจากการศึกษาของ บริษัท เอเจนซี ฟอร์เรียลเอสเตท แอฟเฟร์ด จำกัด พบว่ามูลค่าที่ดินในเขตบางพลัดบางกอกน้อย โดยเฉพาะถนนจรัญสนิทวงศ์ซึ่งเป็นแนวรถไฟฟ้าและที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้า มีมูลค่าของที่ดินสูงขึ้นประมาณร้อยละ 30 ถึง 40 จากราคาประเมิน

จากการสำรวจพื้นที่โครงการที่หักอาศัยให้เช่าเขตบางพลัดและบางกอกน้อย ระดับราคาเช่าปานกลางถึงสูงหรือประมาณ 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไปนั้น ส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า ถนนอรุณอมรินทร์ ถนนจรัญสนิทวงศ์ และถนนบรมราชชนนี นอกจากนี้พบว่ามีโครงการคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งโครงการดังกล่าวมีการปล่อยเช่าเกิดขึ้น เช่น โครงการคอนโดลูมินี ของบริษัท แอล.ที.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งบริหารงานโดยบริษัท ลูมินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด และโครงการอื่นๆ ดังแสดงใน แผนที่ 1.3 ตารางที่ 1.2 และตารางที่ 1.3

แผนที่ 1.3 ที่ตั้งโครงการอพาร์ทเมนท์และคอนโดมิเนียมในเขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย



- ▲ โครงการอพาร์ทเมนท์ที่มีระดับราคาเช่าสูงกว่า 5,500 บาทต่อเดือน
- โครงการคอนโดมิเนียม ที่มีการปล่อยเช่าราคาเช่าสูงกว่า 5,500 บาทต่อเดือน

ที่มา : ผลจากการสำรวจเดือนกันยายน 2553

ตารางที่ 1.2 จำนวนอาหารตมั้นที่ระดับราคาค่าเช่า 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป

โครงการอาหารตมั้น	จำนวนหน่วย	จำนวนหน่วยที่ถูกเช่า	อัตรา(ร้อยละ)ที่ถูกเช่า
ซีดับบลิวแมนชั่น	96	81	84
บีลีฟเพลส	196	166	85
สบายสบายดีปิ่นเกล้า	136	117	86
ทีเอสเคเพลส	137	75	55
อิริทธิ์แมนชั่น	275	120	44
ธนาอาทีเรีย	76	65	86
สุวรรณินเพลส	79	34	43
3เจ.คอร์ต	211	190	90
เรือนอิทธิ์คอร์ต	84	75	89
อมริทธิ์แมนชั่น	140	126	90
รวม	1,430	1,049	73

ที่มา : ผลจากการสำรวจเดือนกันยายน 2553

ตารางที่ 1.3 จำนวนโครงการคอนโดมิเนียมให้เช่าในราคา 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป

โครงการคอนโดมิเนียม	จำนวนหน่วย	จำนวนหน่วยที่ถูกเช่า	อัตรา(ร้อยละ)ที่ถูกเช่า
ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	651	85	13
ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 1	571	5	1
ลุมพินีสวีท ปิ่นเกล้า	512	50	10
ลุมพินี พระราม 8	1,304	40	3
รัตนโกสินทร์ไฮส์แลนด์	588	95	16
ปิ่นเกล้าพาววิลเลียน	234	N/A	N/A
คอมมอนเวลธ์	591	85	14
ธนาทาวเวอร์	150	10	7
ธนาทรี	76	N/A	N/A
มายคอนโด	420	11	3
บางยี่ขันคอนโด	350	N/A	N/A
รวม	5,239	381	7

ที่มา : ผลจากการสำรวจเดือนกันยายน 2553

จากตารางที่ 1.2 และตารางที่ 1.3 พบว่า โครงการทั้ง 2 ประเภทมีลักษณะการให้บริการที่คล้ายกันคือเพื่อการอยู่อาศัย แต่จะแตกต่างกันโดยที่โครงการคอนโดมีเนียมอยู่อาศัยเป็นเจ้าของห้อง โครงการมีความทันสมัยน่าเชื่อถือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และนอกจากนี้ยังพบว่าโครงการคอนโดมีเนียมบางโครงการได้มีการจัดตั้งระบบฝากเช่าพร้อมกับการให้บริการหลังการเช่า เช่น โครงการของ บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน) นอกจากนี้ยังมีโครงการอื่นๆ ที่เจ้าของห้องได้มีการฝากห้องเพื่อการให้เช่าผ่านช่องทางนิติบุคคลบริหารอาคารชุด และช่องทางอื่นๆ ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากแนวคิดการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการปล่อยเช่าหรือขายต่อ

จากสถานการณ์การให้เช่าของโครงการคอนโดมีเนียมที่มีในพื้นที่ดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อโครงการอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในระดับราคาปานกลางถึงสูงในอนาคต ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ในพื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ พื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ได้แก่โครงการอพาร์ทเมนต์ราคาระดับปานกลางถึงสูงและโครงการคอนโดมีเนียมให้เช่าที่มีระดับราคาเช่า 5,500 บาทต่อเดือน ที่มีความสูงเกิน 4 ชั้นและมีห้องพักจำนวน 50 ห้องขึ้นไป และเช่าซอยไม่เกิน 200 เมตรจากถนนหลัก ได้แก่ ถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า ถนนบรมราชชนนีตั้งแต่ซอยบรมราชชนนี 1 ไปจนถึง ซอยบรมราชชนนี 21 ถนนอรุณอมรินทร์ตั้งแต่เชิงสะพานพระราม 8 ซอยสุวรรณิน แขวงบางยี่ขัน ไปจนถึงซอยอรุณอมรินทร์ 41 และ ถนนจรัญสนิทวงศ์ ตั้งแต่ซอย 41 ไปจนถึงซอย 65

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้เช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์ราคาระดับปานกลางถึงสูงและคอนโดมีเนียมให้เช่า ที่มีระดับราคาเช่า 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 250 คน และผู้บริหารโครงการอพาร์ทเมนต์ โครงการคอนโดมีเนียม อย่างละ 3 คน รวม 6 คน

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

อพาร์ทเมนต์ หมายถึง อาคารอยู่อาศัยรวมที่มีการแบ่งห้องให้เช่า โดยขนาดของห้องเช่ามีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร และห้องนอนในห้องเช่ามีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า 2.5 เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร แต่ละห้องเช่ามีห้องครัวและห้องน้ำเป็นของตัวเอง มีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกและทางเข้าสู่ตึกร่วมกัน ซึ่งคุณภาพและบริการของการเช่าอาศัยนั้นขึ้นอยู่กับระดับราคาเช่า (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551: 11; ทัลลภ กฤตยานวัช, 2548: 63)

อพาร์ทเมนต์ราคาระดับปานกลางถึงสูง หมายถึง อพาร์ทเมนต์ที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าที่มีกำลังซื้อมากขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นจากอพาร์ทเมนต์ธรรมดา โดยให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ระบบโทรศัพท์ และการจัดพื้นที่ของโครงการให้มีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่อาศัย เช่น โถงส่วนกลาง มีมุมสวนเล็กๆ (ทีมธุรกิจ Busy-Day, 2551)

เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ หมายถึง อพาร์ทเมนต์ที่มุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง หรือชาวต่างชาติที่เข้ามาอาศัยหรือทำงานในเมืองไทยเป็นหลัก มีราคาเช่าต่อเดือนหลักหมื่นบาทขึ้นไป โดยมักจะเป็นโครงการที่มีความหรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ค่อนข้างครบ และที่สำคัญคือรูปแบบการให้บริการที่เหมือนโรงแรม โดยจะมีแม่บ้านที่ทำหน้าที่ในการทำความสะอาดดูแลห้อง การเปลี่ยนผ้าปูที่นอน เป็นต้น (ทีมธุรกิจ Busy-Day, 2551)

คอนโดมิเนียม หมายถึง ประเภทที่อยู่อาศัยที่ขึ้นในทางสูง แต่ต่างกับอพาร์ทเมนต์และแฟลตตรงที่ลักษณะการเป็นเจ้าของ โดยที่ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมนั้นสามารถเป็นเจ้าของได้ ลักษณะของอาคารชุดนี้มักจะพยายามก่อสร้างให้เป็นชุมชนในตัวเอง โดยจะมีสาธารณูปโภค และส่วนประกอบความสะดวกสบายที่อยู่ในบริเวณนี้ด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้มีรายได้สูงเข้ามาอยู่อาศัยในอาคารชุด (มานพ พงศทัต, 2527)

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในครั้งนี้ได้แก่โครงการอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมให้เช่า ในเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย ผ่านการเลือกโดยแบบหลายชั้น

ในการวิจัยในครั้งนี้แบ่งการการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ

- วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เข้าพัก

อาศัยในที่พักอาศัยให้เขาในเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย โดยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ใช้ในการบรรยายลักษณะต่างๆของข้อมูล โดยนำเสนอในตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentile) ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Mean) ซึ่งแนวคำถามจะสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย

- วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบหอพักในตัวเมืองและคอนโดมิเนียม ในเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย สำหรับข้อมูลในการสัมภาษณ์นั้นใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในแต่ละข้อคำถาม

1.5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการสัมภาษณ์ลึก (In-Depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านผู้ที่เช่าพักอาศัยอยู่ในหอพักในตัวเมืองและคอนโดมิเนียม ในเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย 6 โครงการ ขนาดของจำนวนประชากร 609 ห้อง คำนวณขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่างตามสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ได้จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างประมาณ 250 ตัวอย่าง

- การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีสัมภาษณ์บุคคล (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้างคำถาม กับผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบหอพักในตัวเมืองและคอนโดมิเนียม ในเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อยจำนวน 6 ราย จากโครงการหอพักในตัวเมืองและโครงการคอนโดมิเนียม โดยเลือกมาอย่างละ 3 ราย จากอัตราการเช่าพักสูงสุด 3 อันดับแรก

1.5.3 เก็บรวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ เว็บไซต์ และงานวิจัยต่างๆ

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ลงพื้นที่ที่ศึกษาเก็บข้อมูลทางกายภาพ การสัมภาษณ์และการออกแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างกับผู้บริหารโครงการหอพักในตัวเมืองและคอนโดมิเนียม ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย

1.5.4 วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูล

- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ในเชิงสถิติ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงสำรวจพื้นที่และการสัมภาษณ์ลึก (In-Depth Interview) ผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบอาหารคาวและคอนโดมีเนียม และนำเสนอออกมาในรูปของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ผู้ประกอบการอาหารคาวในพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อยเพื่อใช้ในการวางแผนบริหารโครงการให้มีประสิทธิภาพในการแข่งขัน
- 1.6.2 ผู้เช่าพักอาศัย ที่นักลงทุนได้เข้าใจในลักษณะความต้องการด้านที่อยู่อาศัย
- 1.6.3 ผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในธุรกิจที่พักอาศัยให้เช่าในเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย
- 1.6.4 รัฐบาล สถาบันการเงิน และองค์กรอื่นๆ ที่ต้องการสนับสนุนธุรกิจที่พักอาศัยให้เช่า
- 1.6.5 เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงทางวิชาการสำหรับผู้สนใจ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ต่อการให้เช่าห้องชุดพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดด้านที่อยู่อาศัย
- 2.2 แนวคิดด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies)
- 2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target group)
- 2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ Five Force Model
- 2.5 แนวคิดการวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis)
- 2.6 แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)
- 2.7 ทฤษฎีปัจจัยส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านที่อยู่อาศัย

2.1.1 เรื่องรูปแบบที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์

มานพ พงศทัต (2527) ได้ให้คำจำกัดความด้านที่อยู่อาศัยตามลักษณะการก่อสร้างได้ดังนี้

อพาร์ทเมนต์ (Apartment) หรือแฟลต (Flat) เป็นการอยู่อาศัยที่มีความหนาแน่นสูงซึ่งส่วนมากจะขึ้นไปในแนวสูงและมักอยู่ในบริเวณที่มีที่ดินราคาแพงในเขตเมืองชั้นใน อพาร์ทเมนต์ในเมืองไทยมักจะมีความสูงประมาณ 4 ถึง 10 ชั้น เป็นอย่างมาก ลักษณะคล้ายอาคารชุด (Condominium) โดยมีจำนวนห้องพักอาศัยหลายห้องรวมกันในอาคารเดียว ในแต่ละห้องพักอาศัยเป็นห้องชุดอันประกอบไปด้วย ห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัวและห้องน้ำ แต่แฟลต (Flat) จะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากอาคารชุดตรงที่ผู้อยู่อาศัยในแฟลตจะอยู่อาศัยแบบเช่าหรือไม่มีกรรมสิทธิ์ในห้องพักที่ตนเองอยู่ โดยอาจเป็นการเช่าระยะสั้นหรือเป็นการเช่าระยะยาว

คอนโดมิเนียม (Condominium) คือ ประเภทที่อยู่อาศัยที่ขึ้นในทางสูง แต่ต่างกับอพาร์ทเมนต์และแฟลตตรงที่ลักษณะการเป็นเจ้าของ โดยที่ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมนั้นสามารถเป็น

เจ้าของได้ ลักษณะของอาคารชุดนี้มักจะพยายามก่อสร้างให้เป็นชุมชนในตัวเอง โดยจะมีสาธารณูปโภค และส่วนประกอบความสะดวกสบายที่อยู่ในบริเวณนี้ด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้มีรายได้สูงเข้ามาอยู่อาศัยในอาคารชุด

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีหลายรูปแบบ โดยผู้อยู่อาศัยสามารถเลือกได้ตามกำลังความสามารถที่ตนเองจ่ายได้ (Affordable Housing) เช่นการซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหรือการเช่า สำหรับเมืองไทยพบว่าส่วนใหญ่อพาร์ทเมนท์และแฟลตจะเป็นการอยู่อาศัยแบบเช่า ส่วนคอนโดมีเนียมนั้นจะเป็นลักษณะการซื้อเป็นกรรมสิทธิ์สำหรับอยู่อาศัยและมีเจ้าของห้องบางรายได้ให้คนอื่นเช่าอยู่อาศัย เป็นต้น

2.1.2 แนวคิดด้านระยะทางในการเดินทางและการเลือกที่อยู่อาศัย

Brain and Frank E. Horton(1970) ได้ศึกษาการเดินทางไปทำงานของประชากรในเมือง โดยพยายามศึกษา ถึงตำแหน่งของแหล่งงาน กับตำแหน่งของประชากรที่เดินทางมายังแหล่งงานนั้นๆ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดรูปแบบของการเดินทางมี 3 ลักษณะดังนี้ คือ

1. เส้นทางคมนาคม และระยะทางที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคม จะสามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและลดระยะเวลาในการเดินทางลง
2. อาชีพ การงานและรายได้ พบว่าประชากรที่มีรายได้ดีจะมีระยะทางในการเดินทางไปทำงานที่ไกลกว่า และจะยึดที่อยู่อาศัยในเขตชานเมืองที่อยู่ใกล้ถนนหลักหรือทางด่วน ทำให้สามารถเดินทางได้สะดวก ส่วนผู้มีรายได้น้อยจะเลือกอยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน โดยพยายามลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางลงให้เหลือน้อยที่สุด มาเดินทางโดยบริการขนส่งสาธารณะ โดยสรุปการเดินทางจะใช้ระยะทางสั้นกว่าผู้มีรายได้ดี
3. ลักษณะทางเชื้อชาติของประชากร ทำให้เกิดการรวมกลุ่มทางเชื้อชาติและวัฒนธรรมไปตั้งที่อยู่อาศัยเป็นกลุ่มก้อนในส่วนหนึ่งของเมือง ทำให้ปริมาณการเดินทางไปทำงานในย่านนั้นของเมืองมีปริมาณสูงตามไปด้วย

มานพ พงศทัต(2527) ได้ให้ความคิดเห็นว่า สิ่งสำคัญที่คู่กับที่อยู่อาศัยคือที่ทำงาน ดังนั้นทำเลที่ตั้งและการเดินทางเป็นปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยและที่เช่าอาศัย "Live where you work or Work where you live"

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ที่ตั้งของที่พักอาศัยที่ดีควรตั้งอยู่ในเส้นทางที่คมนาคมสะดวก เช่น ใกล้เส้นทางหลักหรือถนนหลักหรืออยู่ในแนวบริการระบบขนส่งสาธารณะและนอก

จากนี้ยังพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงนิยมที่จะเลือกที่พักอาศัยที่ไกลออกไปจากเมือง เหตุผลหลักคือ ต้องการพื้นที่ในการใช้สอยของบริเวณที่พักอาศัยที่มากขึ้น ต้องการความเป็นส่วนตัวมากขึ้นและ ราคาที่ดินที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับศูนย์กลางธุรกิจ แต่ในกรณีผู้มีรายได้น้อยนิยมที่จะเลือกที่พักอาศัยที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน หรือสถานศึกษา ดังนั้นที่พักอาศัยที่จะสามารถเข้าถึงได้จึงเป็นประเภทที่พักอาศัยให้เช่าเป็นส่วนใหญ่ เช่น หอพัก บ้านเช่า อพาร์ทเมนท์ แมนชั่น คอนโด แฟลต และคอนโดมิเนียมให้เช่า เป็นต้น

2.1.3 แนวคิดลักษณะที่เหมาะสมของที่อยู่อาศัยและผลกระทบทางด้านจิตวิทยาของผู้อยู่อาศัยในอาคารสูง

สุนทรีย์ ศิลพิพัฒน์ (2519, อ้างถึงใน สุพจน์ พูลน้อย, 2542: 9) ได้ศึกษาถึงลักษณะที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต ดังนี้ ได้แก่ เพื่อการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ เกณฑ์มาตรฐานด้านอากาศถ่ายเทที่ดี มีความชื้นที่เหมาะสม อุณหภูมิที่พอเหมาะ แสงสว่างที่เพียงพอ และปราศจากสิ่งรบกวนเช่น เสียงก่อกวน ควันและฝุ่น และสำหรับที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมเพื่อการตอบสนองความต้องการทางจิตใจ ได้แก่ ความร่มรื่นของพื้นที่ ความสะอาดสงบ ตั้งอยู่ในที่ๆ เหมาะสม ไม่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล อู่รถยนต์ จนเกินไป

Abernethy, James J. (1970, อ้างถึงใน ภูวิชัย เอี่ยมพิงพร, 2545: 17) ได้ศึกษาถึงพื้นฐานความต้องการด้านจิตวิทยาทางสังคมของมนุษย์ ได้แก่ ด้านความเป็นสังคม (Community) ควรออกแบบให้มีสถานที่สำหรับการพบปะของกลุ่มผู้อยู่อาศัยบ้างเพื่อสร้างความสัมพันธ์และสังคมที่ดี ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ซึ่งเป็นความสงบ เงียบ และมุมมองที่ดีของที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย (Security) ซึ่งเป็นความปลอดภัยทางด้านร่างกายและทรัพย์สิน และด้านการควบคุมเสียง (Noise Control) ควรควบคุมเสียงทั้งภายในและภายนอกโครงการเพื่อให้ความสัมพันธ์กับความเป็นส่วนตัว เช่นเสียงจากห้องลิฟต์ ช่องทิ้งขยะและการจราจร

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ที่อยู่อาศัยที่มีความเหมาะสมจะต้องมีลักษณะที่เหมาะสมต่อทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งได้แก่ แสงสว่าง กลิ่น เสียง ที่เหมาะสม ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย ความร่มรื่นของพื้นที่ ความสะอาดสงบ และตั้งอยู่ในที่ๆ เหมาะสม เป็นต้น

2.2 แนวคิดด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies)

กลยุทธ์การตลาดจะเป็นการบอกรายละเอียดทางการตลาดว่า วัตถุประสงค์ทางการตลาดแต่ละข้อนั้นเราจะใช้วิธีการอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว รศ.เพลินทิพย์ โกเมศโลภา (2549) ได้ให้แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์การตลาดได้ เป็น 3 ส่วนดังนี้

- การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นการจัดการระดับสูงสุดขององค์กรโดยผู้บริหารองค์กรระดับสูงเพื่อให้บรรลุพันธกิจขององค์กรทางการตลาด ซึ่งจะทำการตัดสินใจในการดำเนินการขยายตลาดและธุรกิจ โดยสอดคล้องกับความสามารถและทรัพยากรทางการตลาดที่มีอยู่
- กลยุทธ์การตลาด เป็นการดำเนินการทางการตลาดเพื่อสนับสนุนธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้ตัดสินใจแล้วในระดับผู้บริหารระดับบน โดยวิธีการต่างๆ เช่นการเจาะตลาดใหม่ การขยายส่วนครองตลาด หรือการใช้กลยุทธ์เฉพาะส่วน
- ยุทธวิธีการตลาด หมายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่จะสนับสนุนกลยุทธ์การตลาดที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับตัวแปรส่วนประสมการตลาด

โดยปกติแล้วธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์มากกว่า 1 กลยุทธ์ ดังตัวอย่างกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้

1. กลยุทธ์การสร้างตลาดหรือแย่งชิงส่วนตลาด (Build the Market or Steal Market Share)
 - กลยุทธ์การสร้างตลาด เหมาะสำหรับสินค้าใหม่ ตลาดปัจจุบันมีขนาดเล็ก ศักยภาพของผู้ซื้อสูง คู่แข่งขันยังไม่มาก
 - กลยุทธ์แย่งชิงส่วนตลาด เป็นการแย่งส่วนตลาดจากคู่แข่งชั้นด้วยการเสนอสินค้าที่ดีกว่าคู่แข่งชั้น
2. กลยุทธ์ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และกลยุทธ์เฉพาะท้องถิ่น (National, Regional and Local Marketing Strategies) สำหรับกลยุทธ์นี้จะช่วยให้กิจการตัดสินใจว่าจะใช้กลยุทธ์ใดหรือจะมีการใช้แบบผสมผสานระหว่างระดับชาติกับระดับท้องถิ่น
3. กลยุทธ์ฤดูกาลขาย (Seasonality Strategies) กิจการจะต้องตัดสินใจการใช้งบประมาณการตลาดและโฆษณาให้สอดคล้องกับช่วงการขายในแต่ละช่วงของปีด้วย
4. กลยุทธ์เชิงการแข่งขัน (Competitive Strategies) กลยุทธ์นี้จะใช้เมื่อเห็นว่าคู่แข่งทางตรงมีผลทำให้ขนาดส่วนครองตลาดลดลง หรือคู่แข่งก้าวมารุกล้ำตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเรา จึงจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบโต้การแข่งขัน
5. กลยุทธ์เพื่อตลาดเป้าหมาย (Target Market Strategies) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เช่นเป้าหมายหลัก และเป้าหมายรอง

6. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) เป็นการพิจารณาผลิตภัณฑ์ใหม่ กลยุทธ์การขยายสายผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่อ่อนแอรวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อฟื้นฟูผลิตภัณฑ์หรือยืดอายุของสาย ผลิตภัณฑ์

7. กลยุทธ์ตรายี่ห้อ (Branding Strategies) ธุรกิจจะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับชื่อยี่ห้อ ตรายี่ห้อ เอกลักษณ์หรือตัวบ่งชี้ถึงสินค้า

8. กลยุทธ์ราคา (Pricing Strategies) เป็นการกำหนดราคาที่เหมาะสมในการแข่งขัน หรือสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้า

9. กลยุทธ์การกระจายสินค้าและการครอบคลุมตลาด (Distribution of Product/Coverage Strategies) เป็นกลยุทธ์การกระจายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย

10. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เป็นการกระตุ้นในช่วง ยอดขายตกต่ำผ่านลูกค้า

11. กลยุทธ์การใช้จ่ายทางการตลาด (Spending Strategies) เป็นการใช้จ่ายเพื่อเพิ่ม ยอดขาย

12. กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขายและการปฏิบัติการของพนักงานขาย (Personal Selling/Operation Strategies)

13. กลยุทธ์ข่าวสารโดยโฆษณา (Advertising Message Strategies) เป็นการเน้น ข่าวสารไปยังผู้บริโภค เช่นการโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์หวังผลระยะยาวและสร้างความ จงรักภักดีต่อตราสินค้า

14. กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา (Advertising Media Strategies) เป็นกลยุทธ์ในการ สร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้าเพื่อให้เกิดการอยากลอง

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่ากลยุทธ์การตลาดคือ รายละเอียดของวิธีการเพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์และจัดได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเชิงกลยุทธ์ และครอบคลุมถึงการแบ่ง ส่วนตลาดและการกำหนดเป้าหมาย ตัวอย่างของกลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างตลาด กล ยุทธ์ส่วนประสมการตลาด สำหรับกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ที่กำหนดขึ้นจะต้องสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย

2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target group)

สำหรับการวิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target group) นั้น จะเป็นการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ (2546) ได้ให้คำจำกัดความด้าน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ว่าเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองของความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO WHAT WHY WHO WHEN WHERE และ HOW เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Qs ซึ่ง ประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets and Operations

จากแนวคิดการวิเคราะห์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสรุปได้ว่า ทำให้เราทราบได้ว่าใครคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและมีความต้องการอะไร และเราจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเหล่านั้นด้วยกลยุทธ์และวิธีการที่เหมาะสมอย่างไร

2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ Five Force Model

Michael E.Porter(1979) ได้ให้แนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจ โดยมีหลักการวิเคราะห์ที่มีหลักสำคัญ 5 ประการและสามารถอธิบายรายละเอียด ได้ดังนี้

1. สภาพการณ์ของการแข่งขัน (Rivalry between established firms) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันกับเรา ผลิตภัณฑ์และตลาดเดียวกับเรา ตรวจสอบดูว่า คู่แข่งของเรามีกลยุทธ์อะไรบ้างที่มากกระทบองค์กรของเรา การวิเคราะห์ขนาดของคู่แข่ง กำลังการผลิต เงินทุน ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่ง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน

2. อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining power of buyers) เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยเฉพาะในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง

3. อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining power of suppliers) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับ ผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่างๆ ให้แก่บริษัทเรา โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้าธุรกิจเราต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่ง ๆ สูงก็จะมีความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะถ้า

ผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด ก็ตามจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของเราทันที

4. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Risk of entry by potential competitors) เป็นการวิเคราะห์ว่ามีความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มากน้อยเพียงใด ถ้าการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกก็จะต้องทำให้บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจได้ง่าย

5. การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of substitute products) เป็นการวิเคราะห์ว่าสินค้าและบริการที่บริษัทมีอยู่นั้น มีโอกาสหรือไม่ที่จะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของบริษัท ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต

ภาพที่ 2.1 แบบจำลองของ Five Force Model



Porter's Five Forces Model

ที่มา : <http://www.cyberdol.cjb.net>

จากแนวคิดการวิเคราะห์สรุปได้ว่า การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของการทำธุรกิจทำให้เราได้ทราบถึงสภาวะที่ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้นๆ ดำรงอยู่ เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจสามารถปกป้องตนเองให้พ้นจากสิ่งรอบข้าง ซึ่งมีผลต่อการทำธุรกิจของเราและในขณะเดียวกันก็สามารถทนแรงผลักดันจากด้านต่างๆ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจอีกทางหนึ่งด้วย

2.5 แนวคิดการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitive Analysis)

ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์จำเป็นต้องรู้จักคู่แข่งชั้น ซึ่งหลักในการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นต้องทราบถึงข้อมูลต่างๆ ดังนี้

1. จุดแข็งของคู่แข่ง
2. จุดอ่อนของคู่แข่ง
3. วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ของคู่แข่ง
4. คู่แข่งที่สำคัญมีการตอบสนองต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ การเมือง รัฐบาล เทคโนโลยี และแนวโน้มการแข่งขันที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเป็นอย่างไร
5. จุดอ่อนของคู่แข่งชั้นเป็นโอกาสต่อกลยุทธ์บริษัทคืออะไร
6. จุดอ่อนของกลยุทธ์บริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นคืออะไร
7. ตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นคืออะไร
8. ขอบเขตของธุรกิจใหม่ที่เข้ามาในอุตสาหกรรมและที่ออกจากอุตสาหกรรมคืออะไร
9. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อตำแหน่งทางการแข่งขันในปัจจุบันในอุตสาหกรรมคืออะไร
10. การจัดลำดับยอดขายและกำไรของคู่แข่งชั้นที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม อะไรคือสาเหตุซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงในการจัดลำดับเหล่านี้
11. ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายและผู้จัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมคืออะไร
12. ขอบเขตของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ทดแทนได้ ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคในอุตสาหกรรมคืออะไร

จากแนวคิดการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นสรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องทราบศักยภาพการดำเนินธุรกิจของคู่แข่งชั้น โดยเฉพาะจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งชั้น เมื่อเราทราบจะทำให้สามารถนำมากำหนดแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของเราได้เป็นอย่างดี

2.6 แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

กลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับองค์กรเพราะองค์กรใช้กลยุทธ์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตน โดยกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรจะถูกกำหนดตามธรรมชาติและลักษณะขององค์กรนั้น ๆ ทั้งนี้ องค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ได้นั้นต้องรู้สถานภาพหรือสภาวะขององค์กรของตนเสียก่อน

นอกจากนี้ยังต้องมีกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับตนเอง วิธีการและเทคนิคในการวิเคราะห์สภาพขององค์กรและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์มีหลายวิธีด้วยกัน หนึ่งในวิธีการเหล่านี้ คือกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นวิธีการที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย

ความหมายของ SWOT

SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats โดย

Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำไม่ได้

Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 2.2 การวิเคราะห์ จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT)



ที่มา : <http://www.moac.go.th/builder/kmops/images/5swot.pdf>

จากแนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค(SWOT) ซึ่งเป็นแนวคิดการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอก ที่เป็นผลและผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้อาจสามารถเป็นกำหนดแนวทางและนโยบายในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี

2.7 ทฤษฎีปัจจัยส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)

เนื่องจากอพาร์ทเมนต์และคอนโดมีเนียมให้เช่า นั้น จัดอยู่ในประเภทธุรกิจให้บริการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอนำทฤษฎีธุรกิจบริการเข้ามาร่วมในการศึกษาในครั้งนี้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ให้คำจำกัดความดังนี้ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองต่อ ความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภค ก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย

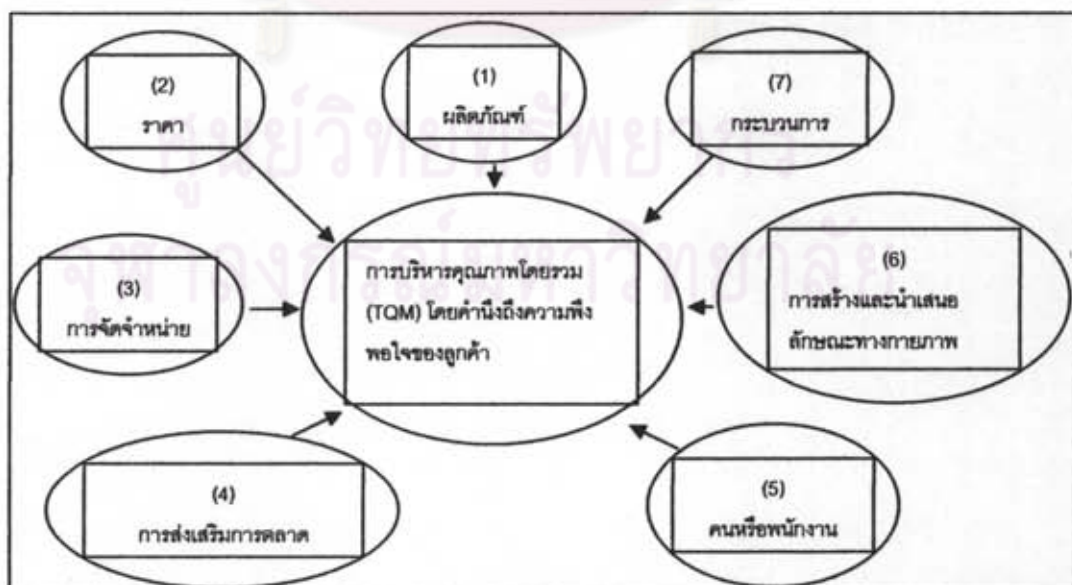
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับ ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้อง มีความสามารถมีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้ามีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้าง ค่านิยมให้กับบริษัท

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management (TQM)) เพื่อ สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-Value Proposition) เช่น ด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

ภาพที่ 2.3 เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Services)



มานพ พงศทัต (2553) ได้ให้ความหมายของปัจจัยส่วนผสมการตลาดสำหรับ อสังหาริมทรัพย์ว่า นอกจาก 4Ps แล้วควรมีปัจจัยเพิ่มอีก 3Ps คือ Place (ทำเลที่ตั้งที่ดี) People (ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ) และ Prestige or Brand (ชื่อเสียงของโครงการ)

จากแนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนผสมการตลาด นักลงทุนด้านธุรกิจที่พักอาศัยเพื่อเช่า จำเป็นต้องเข้าใจถึงลักษณะและความต้องการของผู้เช่า เพื่อการนำเสนอห้องเช่าพักให้ตรงกับ ความต้องการ และนอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับการบริการรวมถึงภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของโครงการก็อาจเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบการตัดสินใจเช่าของกลุ่มผู้เช่าพัก เป็นต้น

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.8.1 งานวิจัยประเภทพฤติกรรมการณ์การอยู่อาศัยและปัจจัยในการซื้อหรือเช่าคอนโดมิเนียม

นันทิวัฒน์ พงษ์เจริญ(2535) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและการยอมรับของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับสูงในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อคอนโดมิเนียมระดับสูงซึ่งมีที่ตั้งในเขตกรุงเทพมหานครบริเวณถนนสุขุมวิทและแม่น้ำเจ้าพระยา โดยมีผลการศึกษา ดังนี้ พฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยที่สอดคล้องกับความต้องการที่ อยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน เป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งในการตัดสินใจ นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นข้อคำนึงที่ผู้อยู่อาศัยให้ความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะระบบรักษาความปลอดภัย การใช้ประโยชน์ที่พักรักษา และผู้อยู่อาศัยมีความประสงค์จะใช้คอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่แบบถาวร เนื่องจากความสะดวกสบายของแหล่งที่ตั้ง และใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อน หรือการใช้ประโยชน์ ในการทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการพักผ่อน การออกกำลังกาย ตลอดจนการบริการอื่นๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีอยู่ในคอนโดมิเนียมเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้อยู่อาศัยให้ความสนใจ และเป็นสิ่งที่ สนองตอบความต้องการได้ประโยชน์อย่างยิ่ง

วิเชียร วรรณะพานูณ(2536) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่า ที่อยู่อาศัยของชาวเอเชียตะวันออกที่ได้รับอนุญาตทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการศึกษา ทั้งผู้ที่เป็นเจ้าของและผู้เช่าในอาคารชุดพักอาศัย(คอนโดมิเนียม) โดยมีขอบเขตการวิจัยเฉพาะผู้

ที่มีใบอนุญาตประกอบอาชีพประเภทชั่วคราวและประเภทส่งเสริมการลงทุน และเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ สภาพการอยู่อาศัยและลักษณะการครอบครอง การหาความสัมพันธ์ตัวแปรที่มีผลต่อลักษณะการครอบครอง และลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจในที่อยู่อาศัย โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และจำแนกผู้ตอบตามสัญชาติโดยมีผลการวิจัยดังนี้ พบว่าการถือกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยของชาวเอเชียตะวันออกมีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวแปรที่แสดงสภาพของที่อยู่อาศัย ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญคือ ขนาดพื้นที่อาศัย คุณภาพภายในที่อยู่อาศัย และความสะดวกในการเข้าสู่แหล่งบริการสาธารณะต่างๆ รวมทั้งมีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวแปรวงจรชีวิตซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญคือสถานภาพสมรสที่คู่สมรสอยู่ร่วมกัน ขนาดของครอบครัวและจำนวนบุตรในครัวเรือน ส่วนลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจในที่อยู่อาศัย พบว่าขนาดพื้นที่พักอาศัย พื้นที่ใช้สอยภายใน และสาธารณูปการในละแวกที่พักอาศัย มีส่วนสำคัญต่อความพึงพอใจในการอยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี

2.8.2 งานวิจัยประเภทความต้องการและปัจจัยในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์

ศิริชัย ไชยชนะ(2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาวิจัยความต้องการของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยบริเวณย่านเพชรบุรีซอย 5 และ 7 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้เช่าเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ และลักษณะสภาพปัญหาของอพาร์ทเมนต์ในปัจจุบัน โดยได้ทำการศึกษาอพาร์ทเมนต์ย่านเพชรบุรีซอย 5 และ 7 สรุปผลการศึกษาดังนี้ กลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษาและกลุ่มคนทำงาน ซึ่งมีความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกันไปตามระดับของรายได้ต่อเดือน โดยกลุ่มที่มีรายได้สูงจะมีความต้องการในส่วนของห้องพักที่ดีกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า เช่น ต้องการขนาดของห้องพักที่กว้างกว่า ราคาห้องพักที่ยอมรับได้โดยเฉลี่ยจะสูงกว่า ซึ่งในปัจจุบันบริเวณย่านนี้ มีระดับการแข่งขันด้านที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์สูงมาก เนื่องจากมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้แหล่งสถานศึกษาและแหล่งทำงาน ประกอบกับมีความสะดวกในเรื่องของระบบการคมนาคมขนส่ง ได้แก่ ใกล้ป้ายรถเมล์ประจำทาง มีรถประจำทางหลายสายผ่าน อีกทั้งยังมีสถานีรถไฟฟ้า ทำให้ราคาห้องพักบริเวณนี้มีราคาสูง ทั้งที่ขนาดห้องส่วนใหญ่มีขนาดเล็กถึงปานกลาง แต่ผู้เช่าก็ยังยอมรับที่จะจ่ายค่าเช่าในราคาที่สูงกว่าเพื่อการเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วมากกว่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าอพาร์ทเมนต์บริเวณนี้นั้นมีการแข่งขันในเรื่องขนาดของห้องพัก ราคา และบริการเสริมต่างๆ ได้แก่ เคเบิลทีวี ร้านอาหาร ร้านขายของชำ ซึ่งผู้เช่าส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นบริการที่สำคัญ แต่อย่างไรก็ตามในเรื่องของค่าเช่าห้องพักก็ยังเป็นปัญหาที่สำคัญ ทำ

ให้ผู้เช่าต้องการย้ายไปยังอพาร์ทเมนต์ใหม่ที่มีค่าเช่าที่ถูกกว่า ดังนั้นข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสำหรับการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เช่านั้นได้แก่ การปรับอัตราค่าบริการห้องเช่า โดยพิจารณาถึงอัตราที่ผู้เช่ายอมรับได้ ประกอบกับราคาห้องเช่าของคู่แข่งบริเวณนั้น อีกทั้งควรมีบริการเสริมต่างๆ ที่ผู้เช่าเห็นว่าควรมีความจำเป็น และมีการใช้การส่งเสริมการขายโดยลดราคาห้องเช่าเมื่อพักอยู่เป็นเวลานาน มีการให้ผู้เช่าสามารถเสนอความคิดเห็นเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของผู้เช่าที่หลากหลาย โดยจะเน้นในเรื่องของการจัดการความไม่พอใจของผู้เช่าให้หมดไป หรือน้อยลงเป็นหลักเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

สุชาติ สนธยาภูล(2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่ารวมอาคารอาศัยให้เช่า กรณีศึกษาบริเวณถนนอ่อนนุชโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการใช้และความต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวก ของอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าและอาคารอยู่อาศัยรวมบนถนนอ่อนนุช ระดับราคาค่าเช่า 3,000 ถึง 6,000 บาทต่อเดือน สรุปผลการศึกษาดังนี้ ผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 25 ถึง 35 ปี ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนบริเวณสุขุมวิท สีลม สาทร เดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนระบบราง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 ถึง 15,000 มีค่าใช้จ่ายในการเช่าอยู่อาศัย 5,000 บาท โดยแบ่งเป็นค่าเช่าห้อง ค่าเฟอร์นิเจอร์ และค่าบริการอื่น โดยผู้เช่าจ่ายเองหรือแบ่งจ่ายจากผู้เช่าร่วมที่เป็นเพศเดียวกันหรือต่างเพศ สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่าแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 อาคารที่เปิดดำเนินการก่อน พ.ศ. 2539 ส่วนใหญ่มีความสูงมากกว่า 5 ชั้น และมีจำนวนห้องมากกว่า 80 ห้อง มีลิฟต์ ปล่องทิ้งขยะ สัญญาณเตือนภัย และสายฉีดดับเพลิง ห้องพักมีทั้งห้องธรรมดา ห้องพัดลม และห้องปรับอากาศ มีร้านซักรีด ร้านสะดวกซื้อ ร้านเสริมสวย และร้านอาหารอยู่ในอาคารเดียวกัน กลุ่มที่ 2 อาคารที่เปิดดำเนินการหลัง พ.ศ. 2539 ส่วนใหญ่มีความสูง 5 ชั้น มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 80 ห้อง ไม่มีลิฟต์ ปล่องทิ้งขยะ สัญญาณเตือนภัย และสายฉีดดับเพลิง การเข้าออกอาคารใช้ระบบคีย์การ์ดแบบสัมผัสและแบบสแกนนิ้วมือ มีกล่องวงจรปิด ห้องพักเป็นห้องปรับอากาศทั้งหมด มีอินเตอร์เน็ตแบบไร้สายและเคเบิลทีวี สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่า แบ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ ระเบียง โทรศัพท์ ที่จอดรถ ที่นั่งพักผ่อน เตียงและที่นอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้งพร้อมกระจก มุ้งลวด โต๊ะทานข้าว ผ้า màn เก้าอี้ ชั้นวางทีวี และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้เช่าต้องจ่ายเพิ่มเมื่อใช้บริการ ได้แก่ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตู้น้ำหยอดเหรียญ ร้านสะดวกซื้อ เครื่องปรับอากาศ เคเบิลทีวี อินเตอร์เน็ต และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่มี ซึ่งผู้เช่าจัดหามาเองได้แก่ ชั้นวางรองเท้า ชั้นวางคอมพิวเตอร์ราวตากผ้า โต๊ะ

ทำงาน ทีวี พัดลม ตู้เย็น ไมโครเวฟ ส่วนร้านเสริมสวย ร้านอาหาร น้ำดื่มแพ็คเกจ และร้านอินเทอร์เน็ตซึ่งผู้เช่าจะใช้บริการจากที่อื่นที่อยู่ข้างเคียง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้เช่าอาคารที่อยู่อาศัยรวมให้เช่าบริเวณถนนอ่อนนุชเป็นคนรุ่นใหม่ทำงานในย่านธุรกิจในเมือง มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย โดยยินดีที่จะจ่ายเมื่อใช้บริการหรือจัดหามาเอง

มาลี แซ่ตั้ง(2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการอพาร์ทเมนต์ระดับราคาสูงในเมืองสมุทรสาคร กรณีศึกษาอพาร์ทเมนต์ AAA โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการอพาร์ทเมนต์ระดับราคาสูง ลักษณะความต้องการ และปัญหา สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ ด้านการจัดการใช้วิธีการจัดการเชิงกลยุทธ์ และ Balance Scorecard มุ่งเน้นความพึงพอใจระหว่างผู้เช่าและพนักงาน ปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในการเช่าคือ พื้นที่ส่วนกลาง เช่น สวนหย่อม ด้านบุคลากรได้แก่ ผู้จัดการ พนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และที่จอดรถ ปัญหาที่พบคือ มลภาวะทางเสียงและกลิ่น ราคาค่าไฟฟ้าและอินเทอร์เน็ต และที่จอดรถไม่เพียงพอ โดยมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา ดังนี้

1. ควรมีการปลูกต้นไม้ตามแนวรั้วเพื่อป้องกันเสียงและสร้างบรรยากาศและเพิ่มการปลูกต้นไม้ที่มีกลิ่นหอมเพื่อช่วยลดปัญหาของกลิ่นเหม็น
2. ควรแยกประเภทของที่จอดรถเพื่อให้เกิดความสะดวกในการจอด และเพิ่มหลังคากันแดด
3. อธิบายและให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับราคาค่าน้ำค่าไฟฟ้าที่แพงกว่าโครงการอื่นๆ ให้ผู้เช่าได้เข้าใจถึงความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายเนื่องจากทางโครงการได้นำส่วนดังกล่าวมาใช้สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง เป็นต้น

ผลสรุปการให้ความสำคัญกับการจัดการแบบบูรณาการและให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าและบริการที่มีผลต่อการอยู่อาศัย ทำให้ตอบสนองกับความต้องการผู้เช่าและสร้างความแตกต่างให้กับโครงการได้เป็นอย่างดี

2.8.3 งานวิจัยประเภทแนวทางการปรับตัวของโรงแรม

ดิรวุฒิ ธนวิษเฐียรภาก(2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นราคาประหยัด กรณีศึกษาพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา กลยุทธ์การตลาดของโรงแรมนานาชาติและโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัด เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางด้านการตลาดของโรงแรมนานาชาติและโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัด เพื่อศึกษาถึงปัญหาของโรงแรมท้องถิ่นราคาประหยัด ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านกายภาพ การตลาด และการบริการ สำหรับปัญหาของโรงแรมราคาประหยัดท้องถิ่นพบว่า มีปัญหาชื่อเสียงของตราสินค้าที่ขาดการประชาสัมพันธ์มากที่สุด แนวทางในการปรับตัวคือควรมีเครือข่ายเพิ่มขึ้น รองลงมาเป็นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด แนวทางในการปรับตัวคือ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัญหาสุดท้ายได้แก่ปัญหาด้านพนักงาน แนวทางการปรับตัวคือ ควรมีการฝึกอบรมและประเมินผลงานพนักงานอยู่เสมอ

สรุปแนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัดนั้น ควรให้ความสำคัญในด้านกายภาพโดยการปรับปรุงห้องพักให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้นและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้แก่ลูกค้าที่เข้าพัก ในด้านลูกค้าควรมีการเลือกลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากขึ้นทั้งในเรื่องของสัญชาติ วัตถุประสงค์ของการเข้าพัก และวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยว ในด้านการตลาด ควรมีการส่งเสริมการตลาดทางด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เช่นทางสื่อออนไลน์ บริษัททัวร์หรือเทอร์เวล เอเจนซีต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้จักโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัดมากขึ้น และในด้านการบริหารจัดการของโรงแรม ควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานโรงแรมตามความถนัดของงานและให้หน่วยงานต่างๆภายในโรงแรมมีการประสานงานอย่างมีระเบียบขั้นตอนเพื่อให้พนักงานโรงแรมทำงานทางด้านธุรกิจการให้บริการได้อย่างเต็มศักยภาพ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.1 สรุปการเปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปีวิจัย	ไม่มีการพัฒนาทางเทคโนโลยี	มีการพัฒนาทางเทคโนโลยี	ศึกษาเปรียบเทียบ
ปีวิจัย ปี 2535	พบว่าการพัฒนาทางเทคโนโลยีและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	มีการศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน	ศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน
ปีวิจัย ปี 2545	ศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน	ศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน	ศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน
ปีวิจัย ปี 2555	พบว่าการพัฒนาทางเทคโนโลยีและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	มีการศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน	ศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ปี 2551	ดูราคา สอนอย่างดูแล ปี 2550	มาที หลังตั้ง ปี 2552	ธีรวุฒิ ธนวิเชียรภาค ปี 2552
ชื่องานวิจัย	ความต้องการที่ถึงอำนาจความสะดอกของผู้เข้า อาคารอยู่อาศัยรวมให้เข้า กรณีศึกษา รังสิต ถนนอ่อนนุช	แนวทางการจัดการอพาร์ทเมนท์ระดับราคาสูงในเมือง กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาอพาร์ทเมนท์ AAA	แนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่น ราคาประหยัด กรณีศึกษาพื้นที่เขต กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา
ประเภทของงานวิจัย	อพาร์ทเมนท์	อพาร์ทเมนท์	โรงแรมแนวทางการปรับตัว
ผลการศึกษา	ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่อพยพมาจากต่างจังหวัดมี ระดับรายได้ต่ำกว่า 7,500 บาท ต่อเดือน อายุ ไม่เกิน 30 ปี จบการศึกษาต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี <u>ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย</u> มีทั้งองค์ประกอบใน ห้อง ทางเข้าออกอาคารสะดวก เจ้าของอาคาร มีอัตราค่าเช่าที่ราคาเช่าที่รายเดือน เหมาะสมและทำเลอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือ สถานศึกษา <u>สรุป</u> ผู้เช่าอาคารที่อยู่อาศัยรวมให้เช่า รังสิต ถนน อ่อนนุชเป็นเคหะชุมชนใหม่ทำงานในย่านธุรกิจใน เมือง มีความต้องการถึงอำนาจความสะดอก พื้นฐานที่ทันสมัย โดยยินดีที่จะจ่าย	ใช้วิธีการจัดการเชิงกลยุทธ์และ Balance Scorecard มุ่งเน้นความพึงพอใจระหว่างผู้เช่าและพนักงาน <u>ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการและความพึงพอใจ</u> <u>ในการอยู่อาศัย</u> สองหม้อ ผู้จัดการและพนักงาน ซึ่ง อำนาจความสะดอก การบริการ และที่จอดรถ <u>ปัญหาที่พบคือ</u> ผลภาวะทางเสียง กลิ่น ราคาค่าไฟฟ้า และอินเทอร์เน็ต และที่จอดรถไม่เพียงพอ <u>ข้อเสนอแนะ</u> ให้มีความสำคัญกับการจัดการแบบบูรณา การและให้มีความสำคัญกับการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีผลต่อภาวะอยู่อาศัย ทำให้อาคารตอบสนองกับ ความต้องการผู้เช่าและสร้างความแตกต่างให้กับโครงการได้ เป็นอย่างดี	<u>สรุปว่ามีความสำคัญ</u> ด้านกายภาพ การตลาด และการบริการ <u>ปัญหา</u> ของโรงแรมราคาประหยัดท้องถิ่น พบว่าปัญหาด้านราคาเช่าที่อาคาร ประชาชนทันสมัย <u>แนวทางการปรับตัวควร</u> ด้านกายภาพ การปรับปรุงห้องพักให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น และถึงอำนาจความสะดอกที่จำเป็นให้มี ลูกค้าที่เข้าพัก ในด้านลูกค้าควรมีการ เลือกลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

หัวข้อ	จุฬาลงกรณ์ราชบัณฑิตยสถาน ปี 2550	ศิริราชพยาบาล ปี 2552	ภาสกร ปี 2552
ความแตกต่างของงานวิจัยที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยกับโครงการที่พักอาศัยไม่เช่าระดับราคาต่ำ แต่สำหรับงานวิจัยที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่นี้จะเป็นการศึกษาวิจัยโครงการที่มีระดับราคาต่ำเช่าปานกลางถึงสูง ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะทำไม่ทราบถึงปัญหา ลักษณะการอยู่อาศัย และลักษณะของผู้เช่าพักอาศัยที่อาจแตกต่างกัน	งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยแนวทางการรับตัวของโรงแรมท่องเที่ยวระดับราคาประหยัด แต่สำหรับงานวิจัยที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่นี้จะเป็นการศึกษาวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นการศึกษาพักอาศัยระยะยาว โดยเป็นการเช่าพักอาศัยในแฟลตเน็ทและคอนโดมิเนียม ซึ่งผลการวิจัยนี้จะทำไม่ทราบถึงแนวทางการรับตัวของธุรกิจ อพาร์ทเมนต์ราคาระดับปานกลางถึงสูง เมื่อมีคู่แข่งอื่นที่เป็นคอนโดมิเนียมได้มีการนำห้องออกมาให้เช่าเพิ่มมากขึ้น	จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าเป็นการศึกษาด้านการจัดการโครงการเคอเนอ แต่งานวิจัยของผู้วิจัยที่ศึกษาจะมีความแตกต่าง คือ เป็นการศึกษาเชิงศึกษาด้านพฤติกรรมการตลาด โดยทำการศึกษาคู่แข่งขัน ซึ่งผลจากการศึกษาจะทำไม่ทราบถึงแนวทางการรับตัวของ อพาร์ทเมนต์ที่กำลังจะเผชิญกับการแข่งขันในอนาคต

ศูนย์วิทยพัทธยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้ศึกษาได้นำมาร่วมในการศึกษาในครั้งนี้ พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาโครงการประเภทเดียวกัน เช่นโครงการคอนโดมิเนียม โครงการอพาร์ทเมนต์ และโครงการโรงแรม ซึ่งจะทำให้เห็นข้อมูลเพียงด้านเดียว แต่งานวิจัยนี้จะแตกต่างจากการวิจัยที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นการวิจัยการอยู่อาศัยในลักษณะของการเช่าในโครงการอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมในช่วงเวลาและพื้นที่เดียวกัน ในราคาเช่าพักระดับปานกลางถึงสูง ทั้งหมด 6 โครงการ นอกจากนี้ยังทำการศึกษาในโครงการคู่แข่งซึ่งมีทั้งคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม เพื่อวิเคราะห์ เปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ และการหาแนวทางที่เหมาะสมในการปรับตัวสำหรับอพาร์ทเมนต์ต่อไปในอนาคต



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับตัวของอาหารตมั้นท์ต่อการให้เข้าห้องชุดพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย เป็นการศึกษาตัวแปรต่างๆ ในโครงการเช่าพักอาศัยสองประเภท ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการเช่าพักอาศัยประเภทอาหารตมั้นท์ในปัจจุบันและในอนาคต ให้สอดคล้องกับการอยู่อาศัยของกลุ่มผู้เช่าเป้าหมาย โดยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 ระยะเวลาการศึกษา
- 3.7 ผังกระบวนการวิจัย

3.1 วิธีการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้แบ่งการการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ

3.1.1 วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เช่าพักอาศัยในที่พักอาศัยให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ใช้ในการบรรยายลักษณะต่างๆ ของข้อมูล โดยนำเสนอในตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentile) ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Mean) ซึ่งแนวคำถามจะสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย

3.1.2 วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารโครงการที่พักอาศัยให้เช่าประเภท แมนชั่น คอร์ตอาหารตมั้นท์ และคอนโดมิเนียมให้เช่า ในเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย

สำหรับข้อมูลในการสัมภาษณ์นั้น จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ใน

แต่ละข้อคำถาม โดยการสัมภาษณ์เบื้องต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาแนวคำถามเพื่อใช้ในการประกอบการสัมภาษณ์ต่อไป

3.2 การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มประชากร

ได้แก่ อพาร์ทเมนท์และคอนโดมิเนียมในพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย ที่มีระดับราคาให้เช่าต่อห้องตั้งแต่ 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยอ้างอิงจากการสำรวจพื้นที่ และผลการสำรวจอุปสงค์-อุปทาน โครงการอพาร์ทเมนท์ให้เช่ากรุงเทพมหานคร ปี 2550 ดังแสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนอพาร์ทเมนท์ระดับราคาเช่า 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป

โครงการอพาร์ทเมนท์	จำนวนหน่วย	จำนวนหน่วยที่ถูกเช่า	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกเช่า
ซีดับบลิวแมนชั่น	96	81	84%
บีลีฟเพลส	196	166	85%
สบายสบายดีปิ่นเกล้า	136	117	86%
พีเอสเคเพลส	137	75	55%
อีวินทร์แมนชั่น	275	120	44%
ธนาชาติเวีย	76	65	86%
สุวรรณนิเพลส	79	34	43%
3เจ.คอร์ต	211	190	90%
เว็อนอินทร์คอร์ท	84	75	89%
อมรินทร์แมนชั่น	140	126	90%
รวม	1,430	1,049	73%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ เดือนกันยายน 2553

ตารางที่ 3.2 จำนวนโครงการคอนโดมิเนียมให้เช่าในราคา 5,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป

โครงการคอนโดมิเนียม	จำนวนหน่วยของโครงการ	จำนวนหน่วยที่ถูกเช่า	จำนวนร้อยละที่ถูกเช่า
ลุมพินี เทลส บีแกนส์ 2	651	85	13
ลุมพินี เทลส บีแกนส์ 1	571	5	1
ลุมพินี สวีท บีแกนส์	512	50	10
ลุมพินี พระราม 8	1,304	40	3
รัตนโกสินทร์ไอซ์แลนด์	588	95	16
บีแกนส์พาววิลเลียน	234	N/A	N/A
คอมมอนเวลท์	591	85	14
ธนาทาวเวอร์	150	10	7
ธนาทรี	76	N/A	N/A
มายคอนโด	420	11	3
บางยี่ขันคอนโด	350	N/A	N/A
รวม	5,239	381	7

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ เดือนกันยายน 2553

การเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. แบ่งกรุงเทพมหานครออกเป็น 2 ส่วนตามลักษณะเขตการปกครอง ทางกายภาพลักษณะการขยายตัว การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้แก่ กรุงเทพมหานครฝั่งพระนคร และกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรี โดยได้เลือกกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีซึ่งปัจจุบันกำลังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

2. แบ่งตามลักษณะความหนาแน่นของจำนวนโครงการให้เช่าพักอาศัย ซึ่งพบว่าเขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อยมีจำนวนความหนาแน่นของโครงการอยู่อาศัยรวมให้เช่ารวมกันกว่า 20,598 หน่วย และโครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมมีหน่วยที่ถูกเช่าอีกประมาณกว่า 381 หน่วย

3. แบ่งตามลักษณะประเภทของโครงการ ได้แก่โครงการอยู่อาศัยรวมให้เช่าและคอนโดมิเนียมที่มีการให้เช่า และแบ่งตามระดับราคาค่าเช่าพักที่มีระดับราคาค่าเช่าต่อเดือนตั้งแต่ 5,500 บาทขึ้นไป

4. ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 โครงการดังนี้

- เลือกโครงการประเภทหอพักในตัวเมืองที่มีหน่วยที่ถูกเช่าในอัตราที่ต่ำกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ จำนวน 2 โครงการเพื่อดูสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น และหน่วยให้เช่าที่มีอัตราที่ถูกเช่าเกิน 80 เปอร์เซ็นต์เพื่อดูเป็นแนวทางถึงความสำเร็จในการจัดทำโครงการ จำนวน 1 โครงการ รวม 3 โครงการ

- เลือกโครงการประเภทคอนโดมิเนียมที่มีหน่วยของการเช่าเกิน 10 เปอร์เซ็นต์ของหน่วยที่มีทั้งสิ้นในแต่ละโครงการเพื่อทราบถึงเหตุผลที่เช่าและสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าของผู้เช่าในโครงการดังกล่าว รวมทั้งสิ้น 3 โครงการ

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. ผู้บริหารโครงการจำนวนโครงการละ 1 รวมทั้งสิ้น 6 คน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ลึก (In-Depth Interview)

2. ผู้เช่าพักอาศัยในโครงการหอพักในตัวเมืองและคอนโดมิเนียมรวมทั้งสิ้น 609 ห้อง โดยใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามการกำหนดของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 250 ตัวอย่าง (กำหนดให้ตัวแทนตอบแบบสอบถามห้องละ 1 คน โดยการเจดีย์แบบสอบถามไปตามสัดส่วนของการเช่าพักในแต่ละโครงการ) ดังแสดงตามสูตรการคำนวณดังนี้

ดังแสดงในสูตรได้ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

N = จำนวนประชากร 609 ห้อง

e = ขนาดค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ผู้วิจัยยอมรับได้ +/- 5%

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{609}{1 + (609 \times 0.05^2)} \\ &= 246.30 \end{aligned}$$

ดังนั้นจำนวนประชากรที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้มีจำนวนเท่ากับ 250 ตัวอย่าง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลตามสภาพที่เป็นอยู่จริง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

3.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและเอกชน ต่างๆ เพื่อให้เป็นแนวทางในการประกอบการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษานี้

3.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยการออกแบบสอบถามแล้วเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 โครงการ คือการเลือกตัวอย่างจากผู้เช่าที่พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์จำนวน 3 โครงการ และโครงการคอนโดมิเนียมให้เช่า 3 โครงการ จำนวน 250 คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และเฉลี่ยจำนวนตามสัดส่วนดังแสดงตามตารางดังนี้

ตารางที่ 3.3 จำนวนแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวนหน่วย	จำนวนหน่วยที่ถูกเช่า	จำนวนแบบสอบถาม
อพาร์ทเมนต์	อีรินทร์แมนชั่น	275	120	40
	สุวรรณนิทล	79	34	30
	3เจ.คอร์ต	211	190	60
คอนโดมิเนียม	ลุมพินี เพลส ปิ่นเกล้า 2	651	85	40
	รัตนโกสินทร์โฮมแลนด์	588	95	40
	คอมม่อนแวลล์	591	85	40
	รวม	2,395	609	250

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ลึก (In-Depth Interview) แบ่งผู้บริหารอาคารที่พักอาศัยให้เช่า ออกเป็น 2 กลุ่มโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 โครงการ คือการเลือกตัวอย่างจากผู้บริหารโครงการ

อพาร์ทเมนท์จำนวน 3 โครงการ และโครงการคอนโดมีเนียมให้เช่า 3 โครงการ โดยผู้ศึกษาจะทำหนังสือชี้แจงและขอความอนุเคราะห์เพื่อนัดหมายและทำการสัมภาษณ์ต่อไป

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านสถานภาพ เศรษฐกิจ สังคม
- ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปด้านการพักอาศัย

- ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามข้อมูลทางด้านปัญหาที่มีผลกระทบต่อการอยู่อาศัยโดยเป็นคำถามที่ใช้มาตราวัดแบบอันตรภาคหรือช่วง (Interval Scale) แบบ Likert Scale 5 ระดับ เกี่ยวกับปัญหาที่มีผลกระทบต่อการอยู่อาศัย โดยแบ่งความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	=	ให้ระดับความสำคัญระดับมากที่สุด
4	=	ให้ระดับความสำคัญระดับมาก
3	=	ให้ระดับความสำคัญระดับปานกลาง
2	=	ให้ระดับความสำคัญระดับน้อย
1	=	ให้ระดับความสำคัญระดับน้อยที่สุด

2. แบบสัมภาษณ์ โดยเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดที่มีโครงสร้าง โดยมีการกำหนดประเด็นคำถามต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาในครั้งนี้

3. สมุดบันทึกและเทปบันทึกเสียง

4. กล้องถ่ายรูป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้ศึกษาจะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

การสรุปและการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกได้ดังนี้

- ข้อมูลส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในรูปของการบรรยาย นำเสนอข้อมูลแบบแจกแจงความถี่และหาจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลส่วนที่ 3 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นตามวิธี Likert Scale โดยคำนวณความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การประเมินความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยแปลค่าคะแนนเป็นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{เกณฑ์การกำหนดช่วง} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ &\text{จำนวนช่วงที่จะแบ่ง} \\ \text{แทนค่า} &= (5-1) / 5 \\ &= 0.8 \\ \text{คะแนนเฉลี่ยระหว่าง} &\text{ความหมาย} \end{aligned}$$

1.00-1.80	สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อการอยู่อาศัยน้อยที่สุด
1.81-2.60	สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อการอยู่อาศัยน้อย
2.61-3.40	สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อการอยู่อาศัยปานกลาง
3.41-4.20	สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อการอยู่อาศัยมาก
4.21-5.0	สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อการอยู่อาศัยมากที่สุด

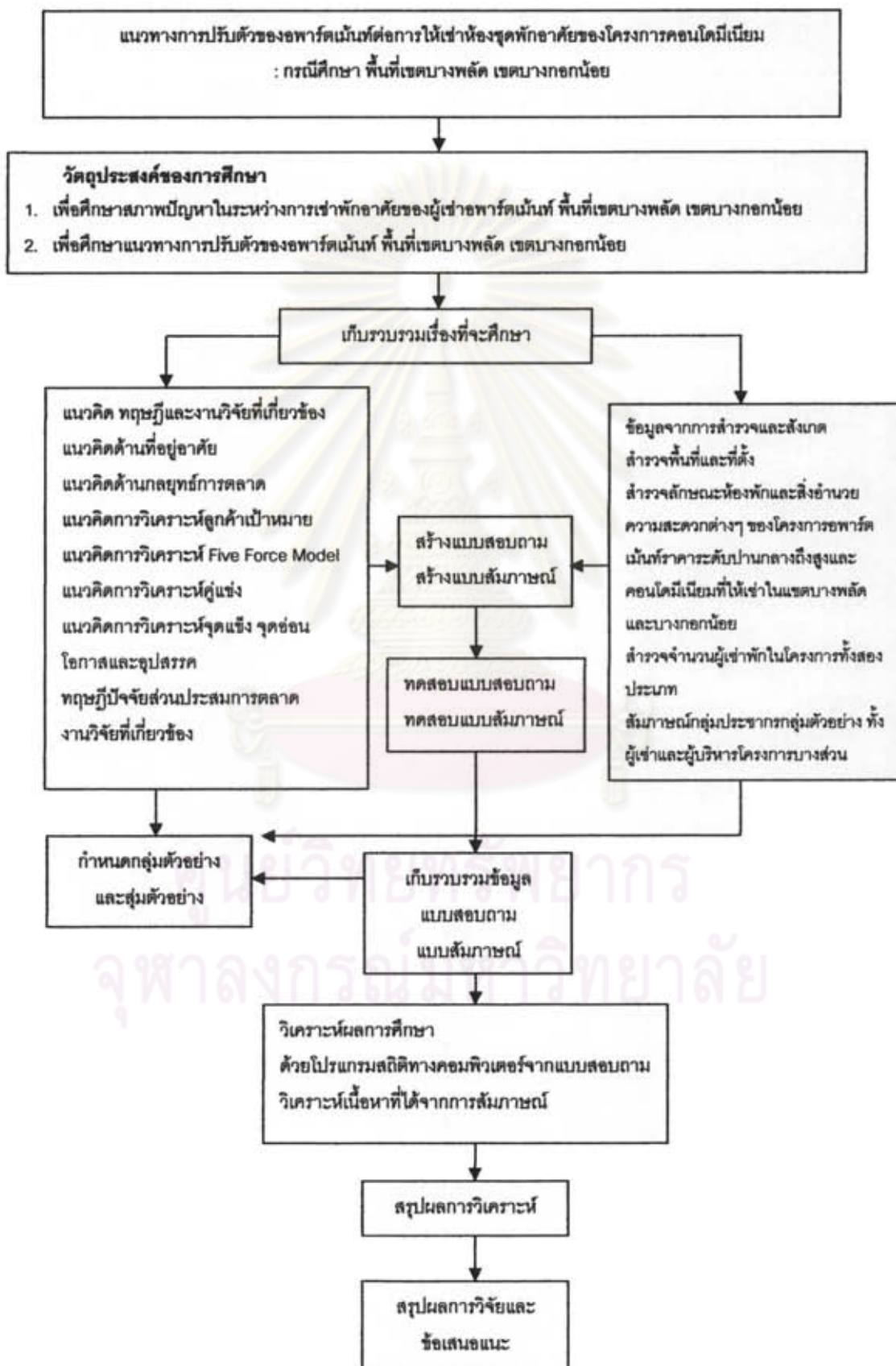
3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

สำหรับข้อมูลในการสัมภาษณ์นั้นใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในแต่ละข้อคำถาม โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ จากนั้นจะนำเสนอข้อมูลออกมาในรูปแบบเชิงบรรยาย

3.6 ระยะเวลาการศึกษา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนในการศึกษาไว้ดังตารางดังนี้

3.6 ผังกระบวนการวิจัย

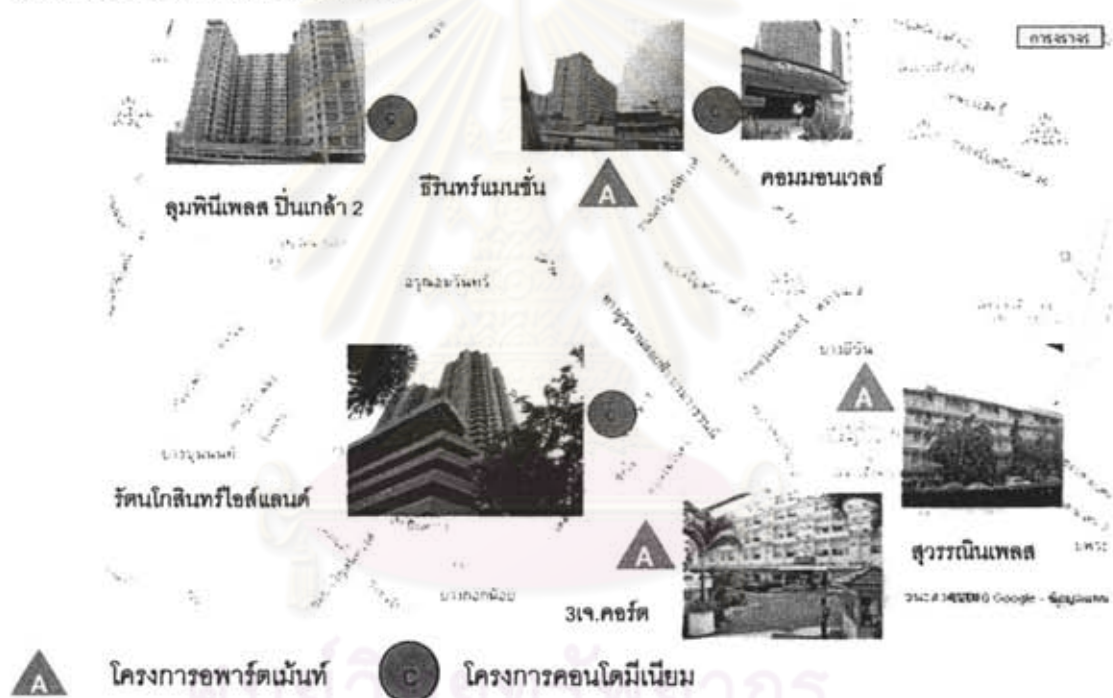


วัตถุประสงค์	ตัวแปรหลัก	ตัวแปรรอง	ระดับการทดลอง ที่ต่างกัน	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
	สภาพแวดล้อม	ผลการศึกษาเกี่ยวกับความไม่ชอบใจในรสชาติ โดยกรม อาหารความปลอดภัย ซึ่งเกี่ยวข้องกับสุขภาพ และด้วยได้ประโยชน์ทางด้านสุขอนามัย ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่พบในรสชาติโดยกรม อาหารความปลอดภัย ความไม่ชอบใจของรสชาติอาหารที่ สามารถบริโภคได้ ไม่มีความเหมาะสม การวิจัยที่กรมอนามัยได้ศึกษาเพื่อศึกษาสุขภาพในวัยเด็ก ที่มีความเสี่ยงต่อการขาดสารอาหาร		แบบสอบถาม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมและ ขยายผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของภาค ตะวันออกด้วย	ปัจจัยของระบบ การตลาด	<p>ส่วนประกอบของระบบ 7Ps ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) องค์ประกอบเชิงจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) ชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Brand) ทำเล (Place or Location) <p> วิจัยด้วย SWOT วิจัยด้วยคู่แข่ง วิจัยด้วยลูกค้า วิจัยด้วย วิจัยด้วยผู้ขาย </p>	ผู้วิจัยทำโครงการ ศึกษาค้นคว้า และทดสอบได้มีผล ในสาขา ผลิตและนำออกจำหน่าย 3 โครงการรวม 8 โครงการ	แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การประเมินผลการศึกษาวิจัย ที่องค์การ เครื่องมือที่ศึกษา

บทที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของโครงการกรณีศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ต่อการให้เช่าห้องชุดพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย โดยผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาในโครงการต่างๆ ทั้งหมด 6 โครงการ ดังแสดงในแผนที่และตารางดังนี้

แผนที่ 4.1 ที่ตั้งโครงการกรณีศึกษา



ตารางที่ 4.1 รายชื่อโครงการที่ทำการศึกษา

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวนห้อง
อพาร์ทเมนท์	อีรินทร์แมนชั่น	275
	สุวรรณินเพลส	79
	319.คอร์ต	211
คอนโดมิเนียม	ลุมพินีเพลส บินเกล้า 2	651
	รัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์	590
	คอมม่อนแวลซ์	588
	รวม	2,397

4.1 โครงการอิริทรแมนชั่น

4.1.1 รายละเอียดโครงการ

เป็นโครงการที่ได้รับการปรับปรุงใหม่หลังจากการเปิดให้บริการมานาน ภายใต้แนวคิดหรูหรา ทันสมัย เปิดให้บริการมาประมาณ 1 ปี ตั้งอยู่เลขที่ 92 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร พื้นที่โดยรอบโครงการประมาณ 2 ไร่เศษ ลักษณะโครงการเป็นอาคารสูง 14 ชั้น จำนวนห้อง 275 ห้อง ขนาด 32 ตารางเมตร อัตราค่าเช่ารายเดือน ประมาณ 7,000 ถึง 7,500 บาทต่อเดือน ชั้นที่ 1 บางส่วนจัดเป็นที่จอดรถและเป็นจุดให้บริการพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโครงการ ชั้นล่างประกอบด้วย ห้องออกกำลังกาย ร้านเสริมสวย ร้านอาหาร ร้านซักอบรีด ที่จอดรถสามารถจอดได้ประมาณ 100 คัน บริการสัญญาณไวร์เลสอินเทอร์เน็ต และระบบเคเบิลทีวี ใกล้เคียงศูนย์การค้า การเดินทางเข้าออกสะดวกสบาย ใกล้ถนนใหญ่

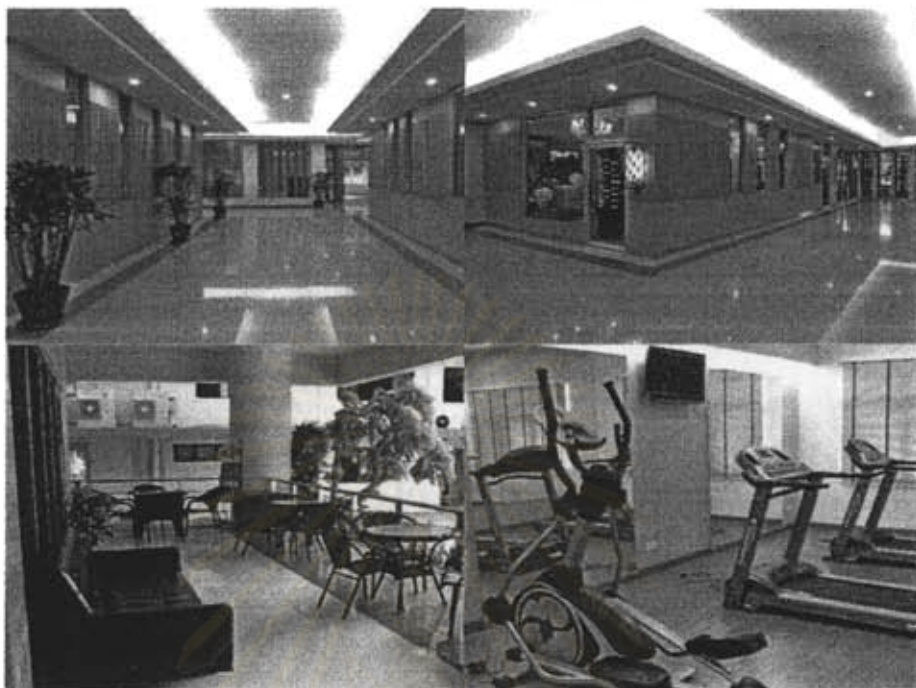
ภาพที่ 4.1 ภาพอาคารโครงการอิริทรแมนชั่น



ภาพที่ 4.2 แผนผังของอาคารโครงการอิริทรแมนชั่น



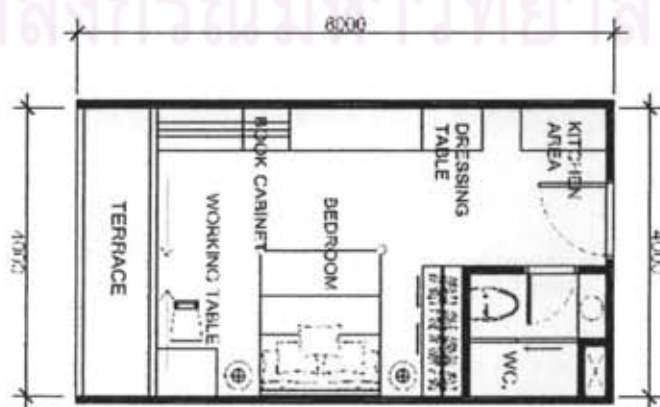
ภาพที่ 4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการริษทร์แมนชั่น



ภาพที่ 4.4 ภาพห้องพักภายในโครงการริษทร์แมนชั่น



ภาพที่ 4.5 แพลนห้องพักภายในโครงการริษทร์แมนชั่น



ตารางที่ 4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโครงการรีนทร์แมนชั่น

เตียง ที่นอน	โต๊ะ เก้าอี้	โต๊ะ เครื่องแป้ง	ตู้เสื้อผ้า	ห้องน้ำ	เครื่องปรับอากาศ	ชุดโซฟา	ระเบียง
/	/	/	/	/	/	/	/
สัญญาณ เคเบิลทีวี	โต๊ะ ตั้งทีวี	เครื่องทำ น้ำอุ่น	โทรทัศน์	อินเตอร์ เน็ต	ชั้นวางของ	ครัว	ตู้เก็บ ของ
/	/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ 4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการรีนทร์แมนชั่น

ลิฟท์	ที่จอดรถ	แจ้งซ่อมฉุกเฉิน	พิตเน็ต	ร้านอาหาร	ร้านเสริมสวย
/	/	/	/	/	/

ตารางที่ 4.4 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการรีนทร์แมนชั่น

ปก. บริการ 24 ชั่วโมง	ควบคุมการเข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ดแบบแยกชั้น	เจ้าหน้าที่ในอาคาร 24 ชั่วโมง
/	/	/

4.1.2 เงื่อนไขการเช่าพัก

เช่าห้องพักไม่ต่ำกว่า 3 เดือน (1 ห้องพักได้ไม่เกิน 2 ท่าน) ชำระค่าเช่า 1 เดือน ค่าประกัน 2 เดือน รวมชำระ 3 เดือนในวันที่ย้ายเข้า ค่าน้ำประปาราคา 19 บาทต่อหน่วย ค่าไฟฟ้าราคา 7 บาทต่อหน่วย

ภาพที่ 4.6 แผนผังการบริหารโครงการโครงการรีนทร์แมนชั่น



4.2 โครงการสุวรรณนิเพลส

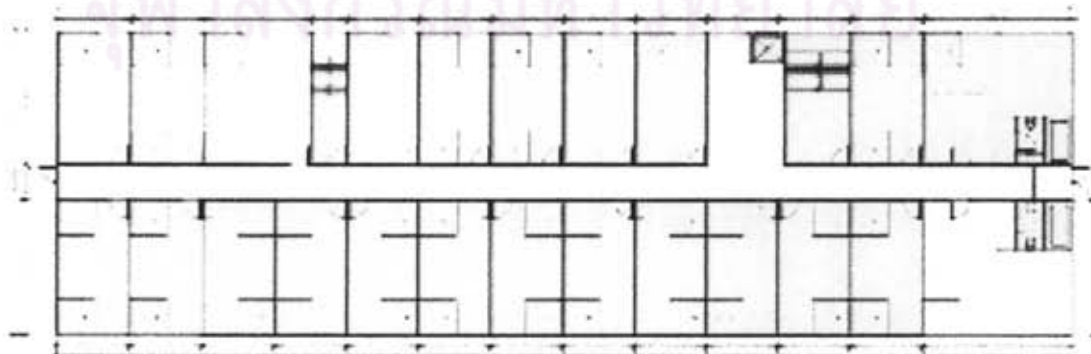
4.2.1 รายละเอียดโครงการ

สุวรรณนิเพลสอพาร์ทเมนต์บูติกสไตล์ทันสมัย เปิดให้บริการปี พ.ศ.2551 ตั้งอยู่บริเวณเชิงสะพาน พระราม 8 บนถนนอรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ลักษณะอาคารสูง 5 ชั้น มีจำนวนห้อง 79 ห้อง พื้นที่โดยรอบโครงการประมาณ 1 ไร่ มีที่จอดรถชั้นใต้ดินสามารถรองรับการจอดรถได้กว่า 50 คัน มีโดงลิบบีเป็นจุดให้บริการต่างๆของโครงการ ขนาดห้องพัก 32 ถึง 90 ตารางเมตร อัตราค่าเช่ารายเดือน 7,500 ถึง 31,800 บาทต่อเดือนพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการได้แก่ ห้องออกกำลังกาย ร้านเสริมสวยร้านอาหาร ร้านซักรีด ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง สัญญาณไวเลสอินเทอร์เน็ตและระบบเคเบิลทีวี

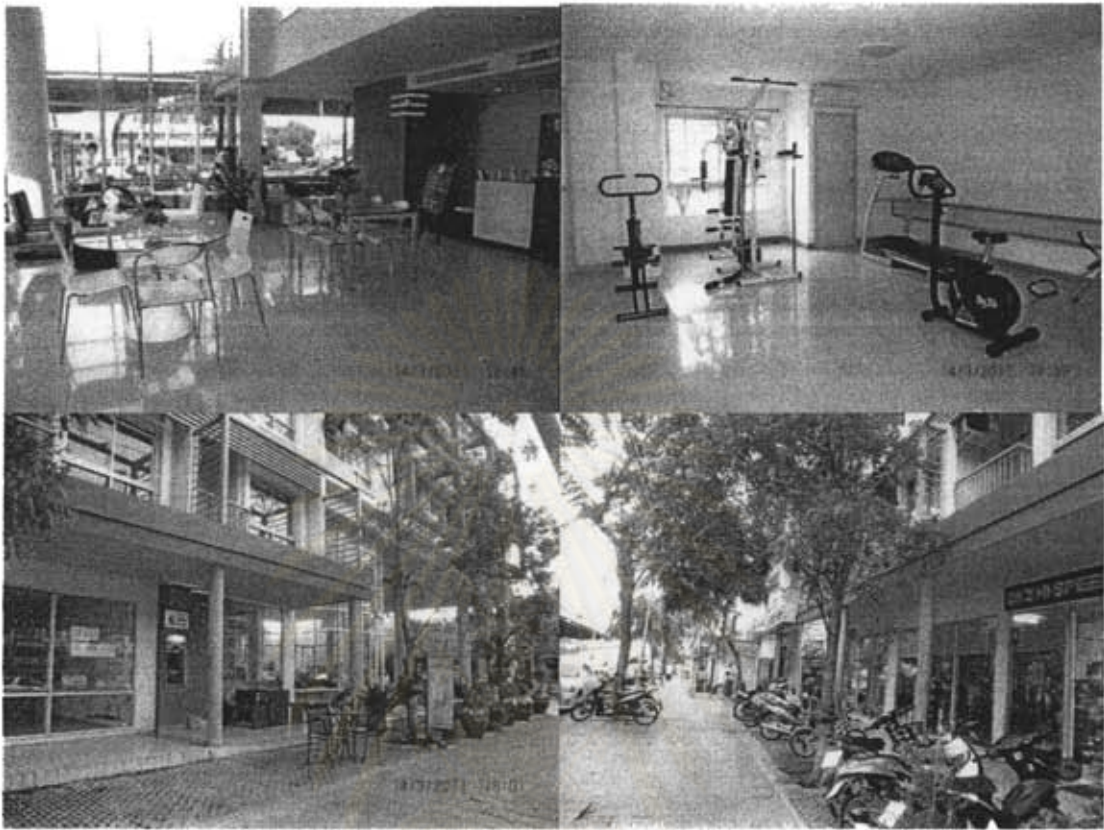
ภาพที่ 4.7 ภาพถ่ายอาคารโครงการสุวรรณนิเพลส



ภาพที่ 4.8 แผนผังของอาคารโครงการสุวรรณนิเพลส



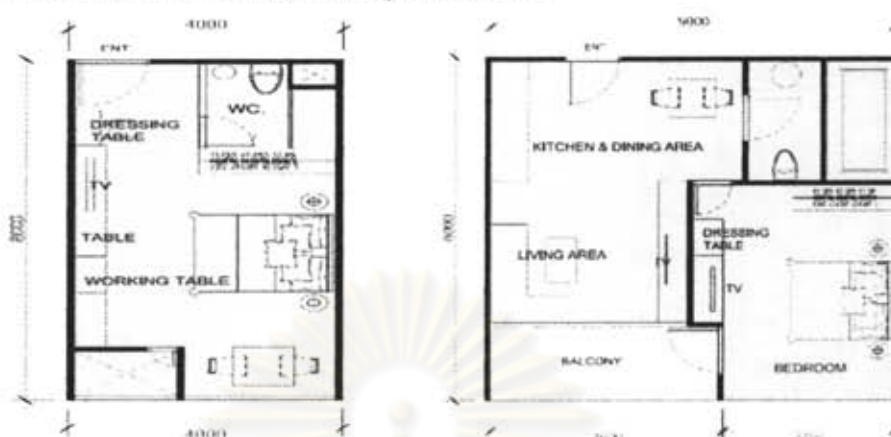
ภาพที่ 4.9 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการสุวรรณนิเพลต



ภาพที่ 4.10 ภาพห้องพักโครงการสุวรรณนิเพลต



ภาพที่ 4.11 แปลนห้องพักภายในโครงการสุวรรณนิลเพลส



ตารางที่ 4.5 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักโครงการสุวรรณนิลเพลส

เตียง ที่นอน	โต๊ะเก้าอี้	โต๊ะเครื่อง แป้ง	ตู้เสื้อผ้า	ห้องน้ำ	เครื่องปรับอากาศ	ชุดโทรศัพท์	ระเบียง
/	/	/	/	/	/	/	/
สัญญาณ เคเบิลทีวี	โต๊ะ ตั้งทีวี	เครื่องทำ น้ำอุ่น	โทรทัศน์	อินเตอร์ เน็ต	ชั้นวางของ	ครัว/ชุดครัว	ตู้เก็บของ
/	/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ 4.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการสุวรรณนิลเพลส

ลิฟท์	ที่จอดรถ	รพ. 24 ชั่วโมง	ฟิตเนส	ร้านอาหาร	ห้องโถงรับรองแขก	ร้านเสริมสวย
/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ 4.7 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการสุวรรณนิลเพลส

รพ. บริการ 24 ชั่วโมง	ควบคุมการเข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ด	เจ้าหน้าที่เฝ้าอาคาร 24 ชั่วโมง
/	/	/

4.2.2 เงื่อนไขการเช่าพัก

มีบริการให้เช่าแบบรายวันและรายเดือน เงื่อนไขการชำระค่าเช่า ชำระค่าเช่า 1 เดือน ชำระค่าประกัน 2 เดือน รวมชำระ 3 เดือนในวันที่ย้ายเข้า ค่าน้ำประปา 18 บาทต่อหน่วย ค่า

ไฟฟ้า 7 บาทต่อหน่วย ค่าโทรศัพท์ 15 นาทีแรก 5 บาท นาทีต่อไปนาทีละ 1 บาท (โทรศัพท์ทางไกลต่างจังหวัด และทางไกลต่างประเทศ คิดค่าบริการเพิ่ม 20%)

ภาพที่ 4.12 แผนผังการบริหารโครงการสุวรรณนิลเพลส



4.3 โครงการ 3เจ.คอร์ต

4.3.1 รายละเอียดโครงการ

โครงการเริ่มเปิดให้บริการเต็มรูปแบบเสร็จเมื่อปี 2549 แนวคิดโครงการคือการให้บริการแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ราคาประหยัด ตั้งอยู่เชิงสะพานปิ่นเกล้า เลขที่ 8 ถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า ซอยสมเด็จพระปิ่นเกล้า 6 แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ 6 ไร่เศษ ลักษณะอาคารสูง 5 ชั้น จำนวน 5 อาคาร จำนวน 499 ห้อง ขนาดห้องเริ่มต้นที่ 20 ถึง 60 ตารางเมตร ทุกห้องมีเครื่องปรับอากาศ เครื่องเรือนครบ มีอุปกรณ์เสริม เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น อินเทอร์เน็ต เครื่องนอนพร้อมบริการทำความสะอาดในห้องพัก ราคาเช่าเริ่มต้น 5,300 บาทต่อเดือนขึ้นไป ที่ตั้งติดถนนใหญ่ การเดินทางเข้าออกสะดวกสบาย ติดป้ายรถเมล์ มีพื้นที่ส่วนกลางให้บริการ ล็อบบี้ทุกอาคารติดตั้งเครื่องปรับอากาศเปิดให้บริการฟรี 24 ชั่วโมง พนักงานพร้อมให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการครบครัน เช่น ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ บริการไปรษณีย์รับอนุญาตเอกชน ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร มีการคัดเลือกผู้เช่าพัก นอกจากนี้ยังมีการแยกชั้น โดยชั้น 2 ของอาคารจะเป็นชั้นที่ให้เช่าพักเฉพาะสตรีเท่านั้น

ภาพที่ 4.13 ภาพถ่ายอาคารโครงการ 3เจ.คอร์ต



ภาพที่ 4.14 ภาพแปลนอาคารโครงการ 3เจ.คอร์ต



ภาพที่ 4.15 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ 3เจ.คอร์ต



ตารางที่ 4.9 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ 3เจ.คอร์ต

ลิฟท์	ที่จอดรถ	ไปรษณีย์	ร้านถ่ายเอกสาร	ห้องอ่านหนังสือ	ร้านอาหาร	ร้านสะดวกซื้อ	ร้านเสริมสวย
/	/	/	/	/	/	/	/

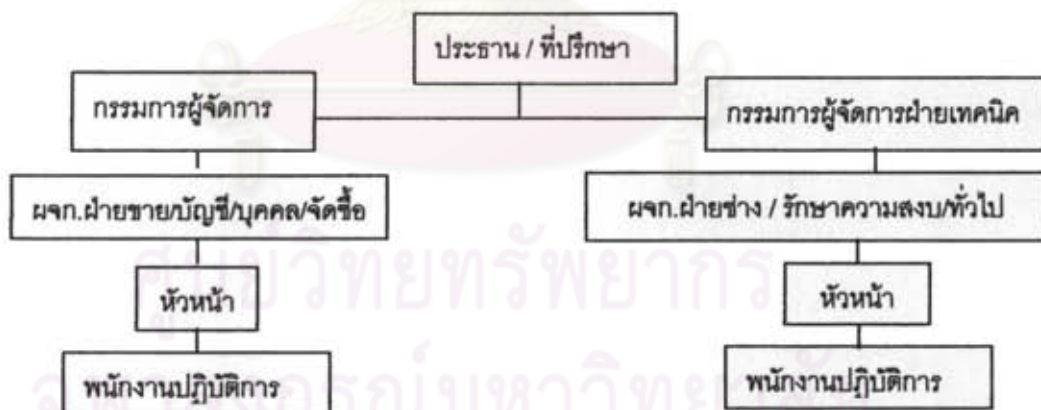
ตารางที่ 4.10 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการ 3เจ.คอร์ต

ปก. บริการ 24 ชั่วโมง	ควบคุมการเข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ด	เจ้าหน้าที่เฝ้าอาคาร 24 ชั่วโมง
/	/	/

4.3.2 เงื่อนไขการเช่าพัก

การเช่าพักสัญญาเช่าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน สำหรับห้องเช่าแบบเซอร์วิส เงื่อนไขการชำระค่าเช่า ชำระค่าเช่า 1 เดือน ชำระค่าประกัน 2 เดือน รวมชำระ 3 เดือนในวันที่ย้ายเข้า ค่าน้ำประปา ราคา 18 บาทต่อหน่วย ค่าไฟฟ้า 7 บาทต่อหน่วย

ภาพที่ 4.18 แผนผังการบริหารโครงการ 3เจ.คอร์ต



4.4 โครงการอุมทินิเพลส ปิ่นเกล้า 2

4.4.1 รายละเอียดโครงการ

เริ่มโครงการ เดือน กันยายน 2549 เสร็จโครงการเดือนมีนาคม 2551 ประเภทอาคารชุดสูง 26 ชั้น 1 อาคาร เนื้อที่ 3 ไร่ 2 งาน 25.7 ตารางวา ที่ตั้งถนนบรมราชชนนี บางบำหรุ บางพลัด กรุงเทพฯ มูลค่าโครงการ 1,200 ล้านบาท จำนวน 651 ยูนิต พื้นที่จอดรถ 430 คัน ลักษณะโครงการ ชั้น G โถงรับรอง โถงลิฟต์ สำนักงานนิติบุคคลอาคารชุด ห้องประชุม ห้องอเนกประสงค์ ร้านค้า ชั้นลอย, ชั้น 2 ถึงชั้น 5 เป็นลานจอดรถ ส่วนชั้น 6 สระว่ายน้ำ สวนพักผ่อน สนามเด็กเล่น ห้องออกกำลังกาย ฟิตเนส ฆวน่าสตรีม บริการซักผ้าหยอดเหรียญ ชั้น 7 ถึงชั้นที่ 26 เป็นห้องชุดพักอาศัยโดยมีลักษณะห้องดังนี้ ร้านค้าขนาด 77 ถึง 128.5 ตารางเมตร จำนวน 4 ยูนิต ห้องแบบสแตนดาร์ด ขนาด 30 ถึง 31 ตารางเมตร จำนวน 187 ยูนิต ห้องแบบสุทิเรีย 1 ห้องนอน ขนาด 33.5 ถึง 37.5 ตารางเมตร จำนวน 376 ยูนิต และห้องแบบ 2 ห้องนอนขนาด 60.5 ถึง 68 ตารางเมตร จำนวน 84 ยูนิต

ลักษณะเด่นของโครงการ

1. ทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เมเจอร์ซีเนีเพล็กซ์ ห้างพาด้า เทสโก้โลตัส
2. การเดินทางสามารถเดินทางไปยังศูนย์กลางธุรกิจใจกลางกรุงเทพด้วยสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า สะพานพระราม 8 และสะพานกรุงธน(ซังฮี้) สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันภายในโครงการ พัฒนาโครงการในรูปแบบ " LPN X- PLACE " และทีมบริหารนิติบุคคลอาคารชุดหลังการขายที่มีประสบการณ์ภายใต้สโลแกน "ชุมชนน่าอยู่" ด้วยการสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งจะดูแลในทุกขั้นตอนของการอยู่อาศัย

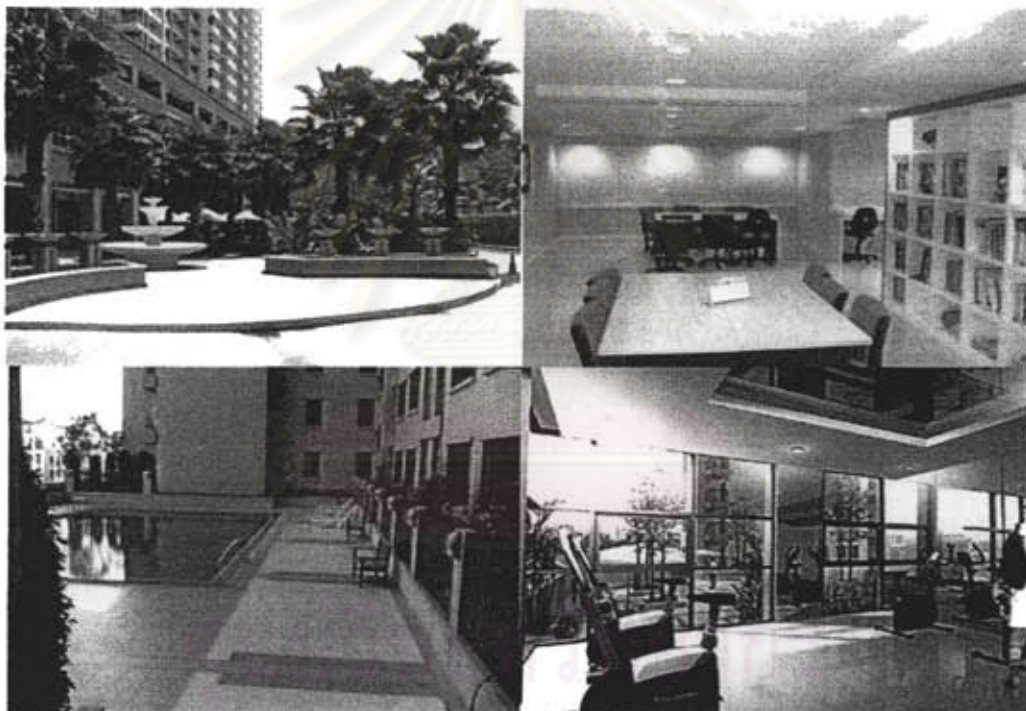
ภาพที่ 4.19 ภาพอาคารของโครงการอุมทินิเพลส ปิ่นเกล้า 2



ภาพที่ 4.20 ภาพแปลนโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2



ภาพที่ 4.21 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.12 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2

ลิฟท์	ที่จอดรถ	สระว่ายน้ำ	ฟิตเนส/ซาวน่า	สวนพักผ่อน	ร้านอาหาร	ร้านสะดวกซื้อ	ร้านเสริมสวย	ห้องจัดประชุม/ห้องรับรองผู้มาติดต่อ
/	/	/	/	/	/	/	/	/

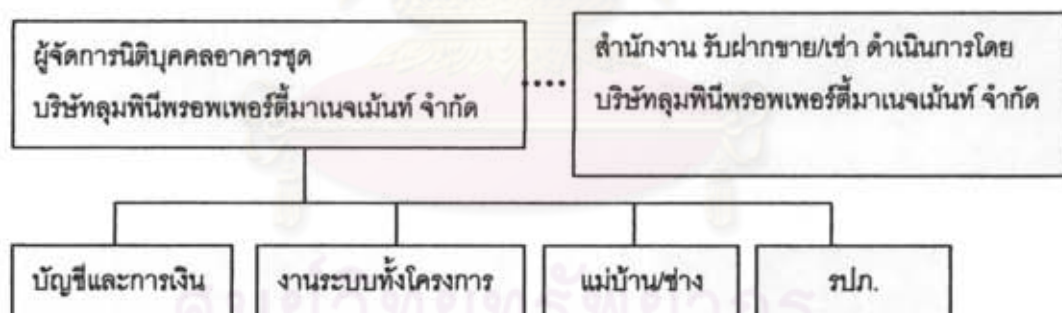
ตารางที่ 4.13 ความปลอดภัยภายในโครงการโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2

รปภ. บริการ 24 ชั่วโมง	ควบคุมการเข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ดและกำหนดชั้น	เจ้าหน้าที่ในอาคาร 24 ชั่วโมง
/	/	/

4.4.2 เงื่อนไขการเช่าพัก

เงื่อนไขการเช่าห้องพัก ต้องเช่าพักไม่ต่ำกว่า 6 เดือน ชำระค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน และชำระเงินค่าประกัน 2 เดือน รวมชำระ 3 เดือนในวันที่ย้ายเข้า สำหรับค่าน้ำประปาราคา 18 บาทต่อหน่วย ค่าไฟฟ้าชำระตามใบแจ้งหนี้ของการไฟฟ้านครหลวง

ภาพที่ 4.24 แผนผังการบริหารโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2



4.5 โครงการรัตนโกสินทร์ไฮสแตนดาร์ด

4.5.1 รายละเอียดโครงการ

ที่ตั้งโครงการ ถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า (บรมราชชนนี) แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700 ตรงข้ามห้างสรรพสินค้า พาต้าปิ่นเกล้า เป็นคอนโดมิเนียม สูง 39 ชั้น จำนวน 2 อาคาร จำนวนห้อง 588 ห้องประเภทห้องชุด 1 ถึง 4 ห้องนอน และ Penthouse พื้นที่ใช้สอย 34 ถึง 187 ตารางเมตรต่อห้อง เจ้าของโครงการคือ บริษัท รัชฎาคอนคอร์ท จำกัด ชั้นที่ 1 ของอาคาร เป็นลิอบบี้ และจุดให้บริการ สำหรับผู้มาติดต่อ และบริการเรียกแท็กซี่ชั้นที่ 2 ถึงชั้นที่ 6

เป็นที่จอดรถ สามารถจอดได้ 350 ร้อยคัน ส่วนชั้นที่ 7 เป็นสวนพักผ่อนและจุดบริการให้บริการเครื่องซักผ้าและน้ำดื่มหยอดเหรียญ

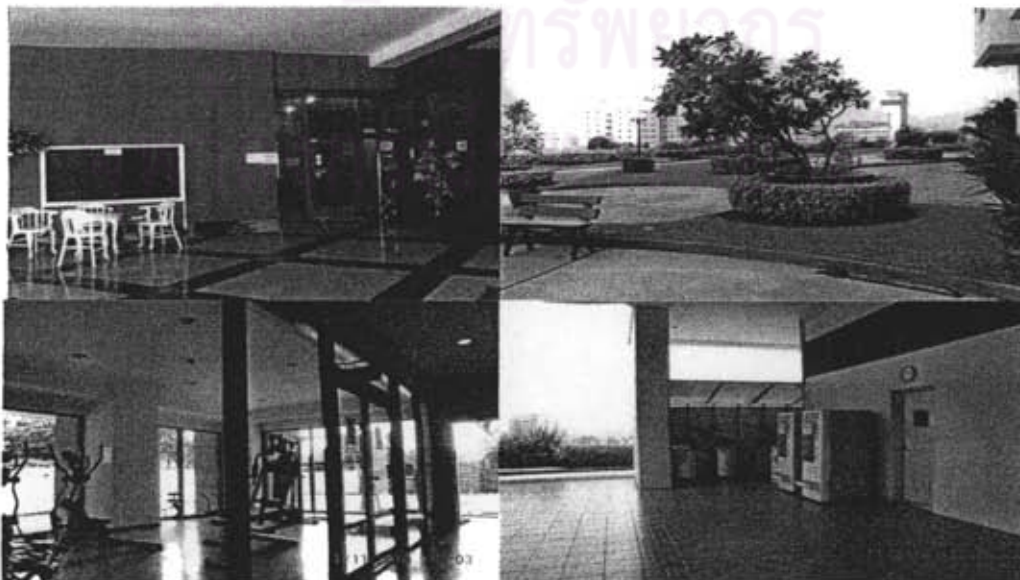
ภาพที่ 4.25 ภาพอาคารของโครงการรัตนโกสินทร์อีสต์แลนด์



ภาพที่ 4.26 ภาพแปลนโครงการรัตนโกสินทร์อีสต์แลนด์



ภาพที่ 4.27 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการรัตนโกสินทร์อีสต์แลนด์



ตารางที่ 4.15 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการรัตนโกสินทร์ไฮสแตนดาร์ด

ลิฟท์	ที่จอดรถ	สระ ว่ายน้ำ	ฟิตเนส	สวนพักผ่อน	ร้านอาหาร	ร้าน สะดวกซื้อ	ร้านเสริม สวย	ห้องจัดประชุม/ ห้องรับรองผู้มา ติดต่อ
/	/	0	/	/	/	/	/	/

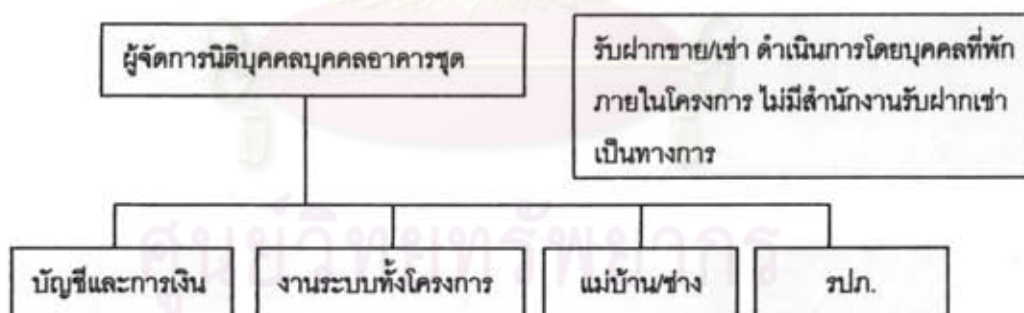
ตารางที่ 4.16 ระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการรัตนโกสินทร์ไฮสแตนดาร์ด

รปภ. บริการ 24 ชั่วโมง	ควบคุมการเข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ด	เจ้าหน้าที่อาคาร 24 ชั่วโมง
/	/	/

4.5.2 เงื่อนไขการเช่าพัก

เงื่อนไขการเช่าต้องเช่าห้องพักไม่ต่ำกว่า 1 เดือน (1 ห้องพักได้ไม่เกิน 2 ท่าน) และเป็นห้องเช่าแบบเซอร์วิส เงื่อนไขการชำระค่าเช่า ชำระค่าเช่า 1 เดือน ชำระค่าประกัน 2 เดือน รวมชำระ 3 เดือนในวันที่ย้ายเข้า ค่าน้ำประปา 18 บาทต่อหน่วย ค่าไฟฟ้าชำระตามใบแจ้งหนี้ของการไฟฟ้านครหลวง

ภาพที่ 4.30 แผนผังการบริหารโครงการรัตนโกสินทร์ไฮสแตนดาร์ด



4.6 โครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม

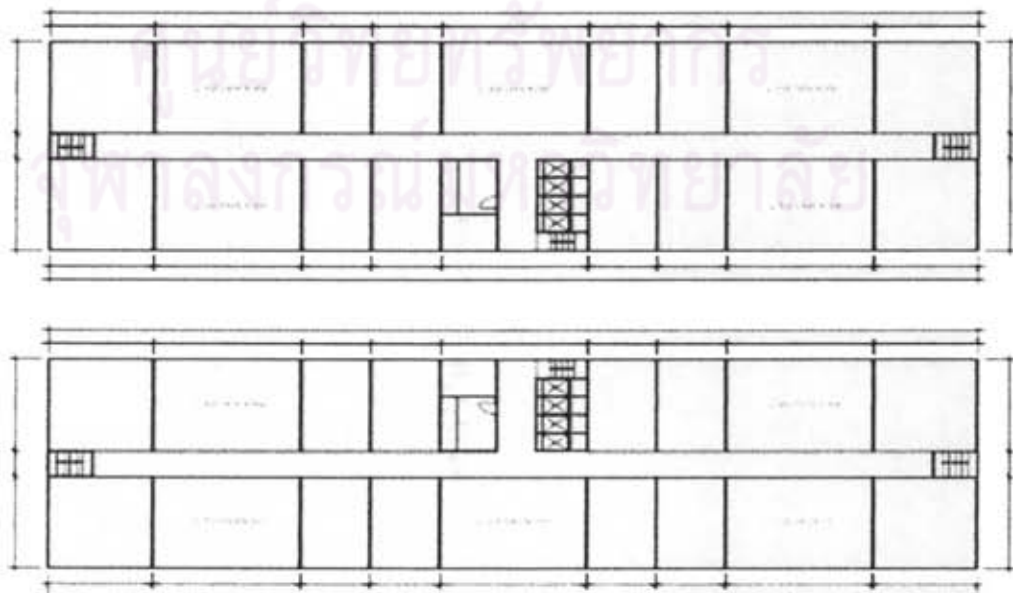
4.6.1 รายละเอียดโครงการ

ตั้งอยู่ที่ 159 ถนนจรัญ 49 แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ลักษณะอาคารสูง 17 ชั้น จำนวนห้อง 591 ห้อง อัตราค่าเช่าเริ่มต้นที่ 8,000 บาทต่อเดือน (ราคาเช่าขึ้นกับขนาดของห้อง) พื้นที่ขนาด 34 ถึง 110 ตารางเมตรขึ้นไป (แต่ละห้องพื้นที่ไม่เท่ากัน) ชั้นที่ 1 ของอาคารเป็นล็อบบี้โถงรับแขก จุดให้บริการสำหรับผู้มาติดต่อสำนักงานออฟฟิศให้เช่า ร้านค้าต่างๆ ชั้นที่ 2 ถึงชั้นที่ 6 เป็นที่จอดรถสามารถจอดได้ 300 คัน ชั้นที่ 7 เป็นสวนพักผ่อนและจุดบริการให้บริการเครื่องซักผ้าและน้ำดื่มหยอดเหรียญ ร้านอาหาร สระว่ายน้ำและอ่างจากุซซี่ สวนพักผ่อน สนามเด็กเล่น ห้องโยคะและห้องสัมนา ส่วนชั้นที่ 8 ถึงชั้นที่ 17 เป็นห้องพัก

ภาพที่ 4.31 ภาพโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม



ภาพที่ 4.32 ภาพแปลนอาคารโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม



ภาพที่ 4.33 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม



ภาพที่ 4.34 ภาพห้องพักในโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม



ภาพที่ 4.35 แปลนห้องพักโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม



ตารางที่ 4.17 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม

เตียงนอน	โต๊ะเก้าอี้	โต๊ะ เครื่องแป้ง	ตู้เสื้อผ้า	ห้องน้ำ	เครื่องปรับอากาศ	ชุดโรฟา	ระเบียง
/	/	/	/	/	/	/	/
สัญญาณ เคเบิลทีวี	ตู้เย็น	เครื่องทำ น้ำอุ่น	โทรทัศน์	อินเตอร์เน็ต	ชุด เครื่องครัว/ ครัว	บริการทำ ความ สะอาด	ตู้เก็บของ
/	/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ 4.18 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม

ลิฟท์	ที่จอดรถ	สระว่ายน้ำ	ฟิตเนส/ ซาวน่า/ สปา	สวนพักผ่อน	ร้านอาหาร	ร้าน สะดวกซื้อ	ร้าน เสริม สวย	ห้องจัดประชุม /ห้องรับรองผู้ มาติดต่อ
/	/	/	/	/	/	/	/	/
ช่างน้ำ จากซี	สำนักงาน ให้เช่า	ออฟฟิศ	คลินิก รักษาฟัน	ร้าน เครื่องสำอางค์	สนามเด็ก เล่น	ร้าน จำหน่าย ปืน	ร้านซัก รีด	
/	/	/	/	/	/	/	/	

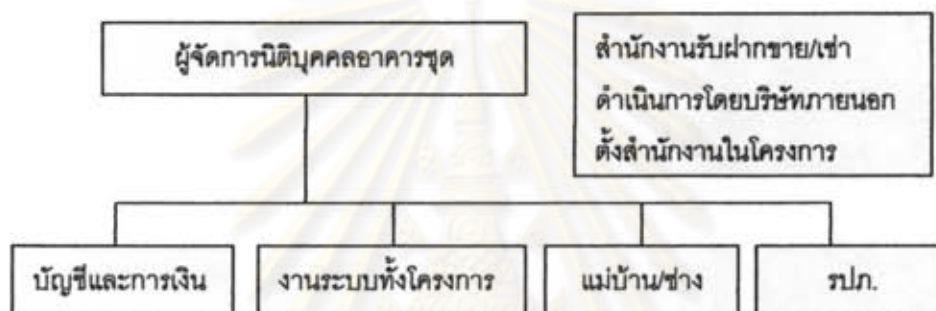
ตารางที่ 4.19 ความปลอดภัยในโครงการคอมมูนเวลธ์คอนโดมิเนียม

รปภ. บริการ 24 ชั่วโมง	ควบคุมการเข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ด	เจ้าหน้าที่ในอาคาร 24 ชั่วโมง
/	/	/

4.6.2 เงื่อนไขการเช่าพัก

เงื่อนไขการเช่าต้องเช่าห้องพักไม่ต่ำกว่า 1 เดือน (1 ห้องพักได้ไม่เกิน 2 ท่าน)และเป็นห้องเช่าแบบเซอร์วิส เงื่อนไขการชำระค่าเช่า ชำระค่าเช่า 1 เดือน ชำระค่าประกัน 2 เดือน รวมชำระ 3 เดือนในวันที่ย้ายเข้า ค่าน้ำประปา 18 บาทต่อหน่วย ค่าไฟฟ้าชำระตามใบแจ้งหนี้ของการไฟฟ้านครหลวง

ภาพที่ 4.36 แผนผังการบริหารโครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมิเนียม



4.7 ผลสรุปการเปรียบเทียบรายละเอียดระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์และคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 4.20 สรุปการเปรียบเทียบรายละเอียดระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์และคอนโดมิเนียม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวนห้อง	ลักษณะอาคาร	ขนาดห้อง	ราคาค่าเช่าต่อเดือน
อพาร์ทเมนท์	อิริทรีแมนชั่น	275	14 ชั้น	32 ตารางเมตร	7,000-7,500 บาท
	สุวรรณนิลเพลส	79	5 ชั้น	32-90 ตารางเมตร	7,500-31,800 บาท
	3เจ.เคอร์ต์	211	5 ชั้น 5 อาคาร	20-60 ตารางเมตร	5,300-13,000 บาท
คอนโดมิเนียม	ลุมพินีเพลส บีนเกล้า 2	651	26 ชั้น 1 อาคาร	30-68 ตารางเมตร Studio - Two Bed	8,000 บาทขึ้นไป
	วิตนโกลิnth ไฮสแตนดาร์ด	588	39 ชั้น 2 อาคาร	34-187 ตารางเมตร (Studio - Two Bed)	8,000 บาทขึ้นไป
	คอมมอนเวลธ์	591	17 ชั้น 2 อาคาร	34-110 ตารางเมตร (Studio - Two Bed)	8,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.21 รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์
และคอนโดมิเนียม

สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก	อพาร์ทเมนท์			คอนโดมิเนียม		
	อิริทรี แมนชั่น	สุวรรณนิ เพลส	3เจ. คอร์ต	ลุมพินี เพลส ปิ่นเกล้า 2	รัตนโกสินทร์ ไฮสแอนด์	คอมมอน เวลธ์
1. ที่นอนพร้อมเตียงนอน	/	/	/	/	/	/
2. ชุดโต๊ะพร้อมเก้าอี้	/	/	/	/	/	/
3. ตู้เสื้อผ้า	/	/	/	/	/	/
4. โต๊ะเครื่องแป้ง	/	/	/	/	/	/
5. ชุดเก้าอี้รับแขก	0	Option	Option	/	/	/
6. ชั้นวางรองเท้า	/	/	/	/	Option	Option
7. คริว / Pantry	/	/	0	/	/	/
8. ระเบียงตากผ้า	/	/	/	/	/	/
9. ทีวี	0	Option	/	Option	Option	Option
10. ตู้เย็น	0	Option	/	Option	Option	Option
11. แอร์	/	/	/	/	/	/
12. เครื่องซักผ้า	0	0	0	Option	Option	Option
13. เครื่องทำน้ำอุ่น	/	/	/	/	/	/
14. ไมโครเวฟ	0	0	0	Option	Option	Option
15. อินเทอร์เน็ต	Option	Option	Option	Option	Option	Option
16. เคเบิลทีวี	/	/	/	/	/	/
17. อื่นๆ	0	0	0	Option	Option	Option

หมายเหตุ

/ = มีในห้องพักและโครงการ, 0 = ไม่มีในห้องพักและโครงการ, Option = เป็นการให้บริการ
เพิ่มเติม

ตารางที่ 4.22 รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์
และคอนโดมิเนียม

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	อพาร์ทเมนท์			คอนโดมิเนียม		
	อีเว้นท์ แมนชั่น	สุวรรณนิ เพลส	3๑. คอร์ต	ลุมพินี เพลส ปีนเกล้า 2	รัตนโก สินทร์ ไฮสแอนด์	คอมมอน เวลธ์
1. บริการอินเตอร์เน็ต	/	/	/	/	/	/
2. ร้านซักรีด	/	/	/	/	/	/
3. ร้านมินิมาร์ท	0	/	/	/	/	/
4. ร้านอาหาร	/	/	/	/	/	/
5. ให้บริการสัญญาณเคเบิลทีวี	/	/	/	/	/	/
6. บริการโทรศัพท์สายตรง	0	0	/	0	0	0
6. ที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต	0	0	/	0	0	0
7. ร้านเสริมสวย	/	/	/	/	/	/
8. ร้านถ่ายเอกสาร	0	0	/	0	0	0
9. เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ	0	/	/	/	/	/
10. ตู้กดน้ำดื่มหยอดเหรียญ	0	/	/	/	/	/
11. ฟิตเนส	/	/	/	/	/	/
12. สปา/ซาวน่า	0	0	0	/	0	/
13. สระว่ายน้ำ	0	0	0	/	0	/
14. สวนหย่อม	0	0	/	/	/	/
15. ห้องอ่านหนังสือ	0	0	/	0	0	0
16. มุมรับแขก	/	/	/	/	/	/
17. บริการทำความสะอาดห้องพัก	Option	Option	Option	Option	Option	Option
18. ลิฟต์	/	/	/	/	/	/
19. ที่จอดรถ	/	/	/	/	/	/
20. ปรก.บริการ 24 ชั่วโมง	/	/	/	/	/	/
21. กล้องวงจรปิด	/	/	/	/	/	/
22. ควบคุมการเข้าออกด้วยระบบคีย์ การ์ด	/	/	/	/	/	/

หมายเหตุ

/ = มีในห้องพักและโครงการ, 0 = ไม่มีในห้องพักและโครงการ, Option = เป็นการให้บริการเพิ่มเติม

จากตารางที่ 4.20 ตารางที่ 4.21 และตารางที่ 4.22 แสดงถึงข้อมูลของโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและบริเวณภายในโครงการ โดยจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่โครงการต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่คล้ายๆ กัน ได้แก่ ชุดที่นอนพร้อมเตียงนอน โต๊ะ ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง ระเบียงตากผ้า แอร์ เครื่องทำน้ำอุ่น สัญญาณเคเบิลทีวี บริการซักรีด ร้านอาหาร มุมนั่งพักผ่อน และระบบรักษาความปลอดภัยต่างๆ ส่วนบริการอื่นๆ แต่ละโครงการจะมีการให้บริการแตกต่างกันไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการปรับตัวของอาหารตม้ันท์ต่อการให้เข้าห้องชุดพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของผู้เช่าอาหารตม้ันท์และศึกษาแนวทางการปรับตัวของอาหารตม้ันท์ในพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย โดยผู้ศึกษาได้ทำการแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 250 ตัวอย่าง แบ่งเป็นผู้เช่าอาหารตม้ันท์จำนวน 130 คนและผู้เช่าคอนโดมิเนียมจำนวน 120 คน โดยเป็นการศึกษาด้านสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของผู้เช่าอาหารตม้ันท์และคอนโดมิเนียมอย่างละ 3 โครงการ รวม 6 โครงการ

2. ศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด 6 โครงการ เป็นโครงการอาหารตม้ันท์และโครงการคอนโดมิเนียมอย่างละ 3 โครงการ เป็นการศึกษาด้านแนวทางการปรับตัวของอาหารตม้ันท์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้ดูแลโครงการและการเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการเพิ่มเติมระหว่างการสัมภาษณ์

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

- ข้อมูลด้านสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัย ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลด้านสถานภาพ เศรษฐกิจ สังคมและการอยู่อาศัย ของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัย ของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยนำเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาต่างๆ ในระหว่างการเข้าพักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์และโครงการคอนโดมิเนียม ดังนี้

5.2.1.1 แสดงผลวิเคราะห์ด้านสภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัยของโครงการอพาร์ทเมนท์

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรุนแรงของสภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัยของโครงการอพาร์ทเมนท์

สภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัย	อิริทรี	สุวรรณนิม	3เจ.	ค่าเฉลี่ย ทุก โครงการ	ลำดับที่ แยก ประเภท	ลำดับ ที่รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.1 ลักษณะตัวอาคารสภาพเก่าทรุดโทรม	1.20	1.77	1.80	1.59	8	19
1.2 ขนาดห้องทึบมีขนาดเล็ก	1.60	1.8	2.03	1.81	6	10
1.3 เพอร์นิเจอร์ในห้องทึบมีสภาพเก่า	1.23	1.9	1.73	1.62	7	18
1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องทึบน้อย	1.73	2.2	1.78	1.9	5	9
1.5 แสงสว่างภายในห้องไม่เพียงพออากาศไม่ถ่ายเท	1.60	2.5	2.47	2.19	1	2
1.6 ที่จอดรถมีน้อยไม่เพียงพอ	1.30	2.2	2.80	2.11	2	3
1.7 พื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อย	1.63	2.47	1.90	2.00	4	6
1.8 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	1.54	2.77	1.97	2.09	3	4
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.48	2.20	2.06	1.91		
2. ราคา (Price)						
2.1 ราคาเช่าที่พักที่สูง ไม่เหมาะสมกับสภาพห้อง และสิ่งอำนวยความสะดวก	1.85	2.2	1.88	1.98	1	7
2.2 ค่าน้ำค่าไฟฟ้าและค่าบริการเสริมต่างๆ มีราคา แพงไม่มีความเหมาะสม	2.00	2.13	1.77	1.97	2	8
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.93	2.17	1.83	1.98		
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ (Prestige or Brand)						
3.1 โครงการไม่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี	1.45	1.83	1.33	1.54	1	20

สภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัย	อิริทรี	สุวรรณนิม	3เง.	ค่าเฉลี่ย ทุก โครงการ	ลำดับที่ แยก ประเภท	ลำดับ ที่รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
4. กระบวนการให้บริการ (Process)						
4.1 การให้บริการและแก้ปัญหาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ภายในห้องพักสำรา	1.65	2.13	1.52	1.77	1	11
4.2 ความสะอาดขาดการดูแลที่ไม่ทั่วถึง	1.58	1.93	1.38	1.63	4	17
4.3 ขาดความเป็นส่วนตัว	1.65	2.1	1.43	1.73	2	13
4.4 ความปลอดภัย ขาดความปลอดภัยในด้าน ร่างกายและทรัพย์สิน	1.7	1.87	1.38	1.65	3	16
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.64	2.00	1.43	1.67		
5. พนักงาน (People)						
5.1 พนักงานที่ให้บริการขาดความดูแลและเข้าใจใ้ ในการให้บริการ	1.58	2	1.48	1.69		14
6. ท่าเล ที่ตั้ง (Place or Location)						
6.1 บรรยากาศไม่เอื้อต่อการพักอาศัย	1.5	1.97	1.5	1.66	4	15
6.2 มลภาวะทางเสียงภายในและบริเวณรอบๆ	1.7	4.27	2.62	2.86	1	1
6.3 สิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมโดยรอบมีความ สุ่มเสี่ยง	1.63	2.03	1.6	1.75	3	12
6.4 ขาดความสะดวกในการเดินทาง	1.35	3.27	1.38	2.00	2	5
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.55	2.89	1.78	2.07		
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.57	2.27	1.79			

จากตารางที่ 5.1 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 130 คน ของผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ อพาร์ทเมนท์ พบว่าปัญหา 5 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาด้านมลภาวะทางเสียงภายในและบริเวณรอบๆ โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.86 รองลงมาเป็นปัญหาด้านแสงสว่างภายในห้องไม่เพียงพอ อากาศไม่ถ่ายเทโดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.19 และปัญหาด้านที่จอดรถมีน้อยไม่เพียงพอโดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.11 และปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.09 และปัญหาด้านขาดความสะดวกในการเดินทางโดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.00 ตามลำดับ

เมื่อแยกปัญหาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการสุวรรณนิมเพลส มีปัญหามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.27 ซึ่งปัญหาที่พบอันดับแรก ได้แก่ปัญหาด้านมลภาวะทางเสียงและอยู่ในระดับขั้นรุนแรงมาก รองลงมาเป็นปัญหาด้านขาดความสะดวกในการเดินทาง ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะอาดภายในโครงการ ปัญหาด้านแสงสว่างไม่เพียงพอ และปัญหาด้านพื้นที่พักผ่อน ส่วนกลางไม่เพียงพอ ตามลำดับ

5.2.1.2 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรุนแรงของสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม

สภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัย	ลุ่มพินี	รัตนโกสินทร์	คอมมอนเวลท์	ค่าเฉลี่ยทุกโครงการ	ลำดับที่แยกประเภท	ลำดับที่รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.1 ลักษณะตัวอาคารสภาพเก่าทรุดโทรม	1.8	3.3	1.73	2.28	2	2
1.2 ขนาดห้องพักมีขนาดเล็ก	2.17	3.15	1.6	2.31	1	1
1.3 เพอร์นิเจอร์ในห้องพักมีสภาพเก่า	1.97	2.72	1.65	2.12	3	3
1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีน้อย	1.87	2.5	1.63	2.00	5	5
1.5 แสงสว่างภายในห้องไม่เพียงพออากาศไม่ถ่ายเท	1.8	2.5	1.58	1.96	7	7
1.6 ที่จอดรถมีน้อยไม่เพียงพอ	1.8	2.47	1.4	1.89	8	9
1.7 พื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อย	2.15	2.7	1.33	2.06	4	4
1.8 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	1.92	2.8	1.2	1.98	6	6
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.94	2.77	1.52	2.07		
2. ราคา (Price)						
2.1 ราคาเช่าพักที่สูง ไม่เหมาะสมกับสภาพห้อง และสิ่งอำนวยความสะดวก	1.8	2.3	1.48	1.86	1	10
2.2 ค่าน้ำค่าไฟฟ้าและค่าบริการเสริมต่างๆ มีราคาแพงไม่มีความเหมาะสม	1.725	2.2	1.3	1.74	2	17
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.76	2.25	1.39	1.80		
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ (Prestige or Brand)						
3.1 โครงการไม่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี	1.375	2.125	1.23	1.58	1	20

สภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัย	ภูมิณี	รัตน	คอมมอน	ค่าเฉลี่ย ทุกโครง การ	ลำดับที่ แยก ประเภท	ลำดับ ที่รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
4. กระบวนการให้บริการ (Process)						
4.1 การให้บริการและแก้ปัญหาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินภายในห้องพักสำรา	1.57	2.175	1.43	1.73	4	18
4.2 ความสะอาดอาคารดูแลที่ไม่ทั่วถึง	1.67	2.45	1.40	1.84	1	11
4.3 ขาดความเป็นส่วนตัว	1.9	2.07	1.28	1.75	3	16
4.4 ความปลอดภัย ขาดความปลอดภัยในด้านร่างกายและทรัพย์สิน	1.75	2.22	1.3	1.76	2	15
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.72	2.23	1.35	1.77		
5. พนักงาน (People)						
5.1 พนักงานที่ให้บริการขาดความดูแลและเอาใจใส่ในการให้บริการ	1.75	2.2	1.35	1.77	1	14
6. ท่าเต ที่ตั้ง (Place or Location)						
6.1 บรรยากาศไม่เอื้อต่อการพักอาศัย	1.72	2.15	1.48	1.79	2	12
6.2 มลภาวะทางเสียงภายในและบริเวณรอบๆ	1.95	2.17	1.63	1.92	1	8
6.3 สิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมโดยรอบมีความ шумเสียง	1.82	2.17	1.38	1.79	3	13
6.4 ขาดความสะดวกในการเดินทาง	1.67	2.07	1.3	1.68	4	19
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาแบบแยกโครงการ	1.79	2.14	1.45	1.80		
ค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาทั้งหมดแบบแยกโครงการ	1.72	2.31	1.37			

จากตารางที่ 5.2 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 120 คน ของผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ คอนโดมีเนียม พบว่าปัญหา 5 อันดับแรกได้แก่ ปัญหาด้านขนาดห้องพักมีขนาดเล็ก โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.31 รองลงมาเป็นปัญหาลักษณะตัวอาคารสภาพเก่าทรุดโทรม โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.28 และปัญหาด้านเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีสภาพเก่า โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.12 และปัญหาด้านพื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อย โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.06 และปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีน้อย โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.00 ตามลำดับ

เมื่อแยกปัญหาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการรัตนโกสินทร์ไอซ์แลนด์ มีปัญหามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.31 ซึ่งปัญหาที่พบอันดับแรกเป็นปัญหาด้านลักษณะตัวอาคารสภาพเก่าทรุดโทรมซึ่งอยู่ในระดับขั้นรุนแรงปานกลาง รองลงมาเป็นปัญหาด้านขนาดห้องพักมีขนาดเล็ก ปัญหา

ด้านเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีสภาพเก่า ปัญหาด้านพื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อย และปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัคน้อย ตามลำดับ

5.2.2 ข้อมูลส่วนตัว เศรษฐกิจ สังคม การอยู่อาศัยและการตัดสินใจเช่า ของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2.2.1 ข้อมูลส่วนตัว

โดยนำเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ เขตสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงานและภูมิภาคพิจารณาจากภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 250 ตัวอย่าง ดังนี้

1. ข้อมูลเพศ

ตารางที่ 5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	เพศ		รวม
			ชาย	หญิง	
อพาร์ทเมนท์	อิรินทร์แมนชั่น	จำนวน/คน	20	20	40
		ร้อยละ	8	8	16
	สุวรรณนิลเพลส	จำนวน/คน	13	17	30
		ร้อยละ	5	7	12
	3เจ.คอร์ต	จำนวน/คน	30	30	60
		ร้อยละ	12	12	24
คอนโดมิเนียม	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	จำนวน/คน	19	21	40
		ร้อยละ	7.6	8.4	16
	รัตนโกสินทร์โฮสเทล	จำนวน/คน	20	20	40
		ร้อยละ	8	8	16
	คอมมอนเวสต์	จำนวน/คน	20	20	40
		ร้อยละ	8	8	16
รวม	จำนวน/คน	122	128	250	
	ร้อยละ	48.80	51.20	100	

จากตารางที่ 5.3 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าเป็นเพศชาย 128 คน คิด

เป็นร้อยละ 51.20 และเพศหญิง 122 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์เป็นเพศชาย 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25 เพศหญิง 67 คน คิดเป็นร้อยละ 27

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียมเป็นเพศชาย 59 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 เพศหญิง 61 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4

2. ข้อมูลอายุ

ตารางที่ 5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	อายุ(ปี)						รวม
			< 20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	
อพาร์ทเมนท์	อิริทรีแมนชั่น	จำนวน(คน)	5	6	4	6	14	5	40
		ร้อยละ	2.0	2.4	1.6	2.4	5.6	2.0	16.0
	สุวรรณนิลเพลส	จำนวน(คน)	0	5	10	6	2	7	30
		ร้อยละ	0.0	2.0	4.0	2.4	0.8	2.8	12.0
	3เจ.เคอร์ฟ	จำนวน(คน)	15	29	11	3	2	0	60
		ร้อยละ	6.0	11.6	4.4	1.2	0.8	0.0	24.0
คอนโดมิเนียม	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	จำนวน(คน)	4	12	6	7	6	5	40
		ร้อยละ	1.6	4.8	2.4	2.8	2.4	2.0	16.0
	รัตนโกสินทร์ไฮสแตนดาร์ด	จำนวน(คน)	6	16	5	6	5	2	40
		ร้อยละ	2.4	6.4	2.0	2.4	2.0	0.8	16.0
	คอมมอนเวลท์	จำนวน(คน)	2	13	7	6	11	1	40
		ร้อยละ	0.8	5.2	2.8	2.4	4.4	0.4	16.0
รวม	จำนวน(คน)	32	81	43	34	40	20	250	
	ร้อยละ	12.8	32.4	17.2	13.6	16.0	8.0	100	

จากตารางที่ 5.4 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 21-25 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และอายุประมาณ 26-30 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และอายุประมาณ 36-40 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และอายุประมาณ 31-35 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 32 คน

คิดเป็นร้อยละ 12.8 และอายุมากกว่า 40 ปี ขึ้นไปจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 21-25 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และอายุประมาณ 26-30 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และอายุประมาณ 36-40 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และอายุประมาณ 31-35 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และอายุ 40 ปี ขึ้นไปจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 21-25 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และอายุประมาณ 36-40 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอายุประมาณ 31-35 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และอายุประมาณ 26-30 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และอายุ 40 ปี ขึ้นไปจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

3. ข้อมูลสถานภาพ

ตารางที่ 5.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	สถานภาพ				รวม
			โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่	
อพาร์ทเมนท์	อีริทรีแมนชั่น	จำนวน(คน)	31	7	0	2	40
		ร้อยละ	12.4	2.8	0.0	0.8	16.0
	สุวรรณนิลเพลส	จำนวน(คน)	15	11	2	2	30
		ร้อยละ	6.0	4.4	0.8	0.8	12.0
	3เจ.เคอร์รี่	จำนวน(คน)	55	5	0	0	60
		ร้อยละ	22.0	2.0	0.0	0.0	24.0
คอนโดมิเนียม	ลุมพินีเพลส	จำนวน(คน)	24	13	2	1	40
		ร้อยละ	9.6	5.2	0.8	0.4	16.0
	รัตนโกสินทร์	จำนวน(คน)	32	7	0	1	40
		ร้อยละ	12.8	2.8	0.0	0.4	16.0
	คอมมอนเวสต์	จำนวน(คน)	28	9	2	1	40
		ร้อยละ	11.2	3.6	0.8	0.4	16.0
รวม	จำนวน(คน)	185	52	6	7	250	
	ร้อยละ	74.0	20.8	2.4	2.8	100	

จากตารางที่ 5.5 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนมากมีสถานภาพโสด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 74 และสถานภาพสมรส จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และที่เหลือมีสถานะหม้ายหย่าร้างและแยกกันอยู่ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 และสถานภาพสมรสจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และสถานภาพสมรสจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

4. ข้อมูลระดับการศึกษา

ตารางที่ 5.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	ระดับการศึกษา				รวม
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ศึกษาปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
อพาร์ทเมนท์	อิริทรีแมนชั่น	จำนวน(คน)	12	8	13	7	40
		ร้อยละ	4.8	3.2	5.2	2.8	16.0
	สุวรรณนิลเพลส	จำนวน(คน)	2	2	20	6	30
		ร้อยละ	0.8	0.8	8.0	2.4	12.0
	3เจ.คอร์ต	จำนวน(คน)	4	33	12	11	60
		ร้อยละ	1.6	13.2	4.8	4.4	24.0
คอนโดมิเนียม	ลุมพินี เพลส	จำนวน(คน)	7	3	16	14	40
		ร้อยละ	2.8	1.2	6.4	5.6	16.0
	รัตนโกสินทร์	จำนวน(คน)	9	9	10	12	40
		ร้อยละ	3.6	3.6	4.0	4.8	16.0
	คอมม่อนเวลธ์	จำนวน(คน)	6	14	14	6	40
		ร้อยละ	2.4	5.6	5.6	2.4	16.0
รวม	จำนวน(คน)	40	69	85	56	250	
	ร้อยละ	16.0	27.6	34.0	22.4	100	

จากตารางที่ 5.6 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนมากมีระดับการศึกษา

ปริญญาตรีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 69 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 27.6 และสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 และต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 40 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนต์ พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18 รองลงมาเป็นกำลังศึกษาปริญญาตรีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.6 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 32 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.8 กำลังศึกษาปริญญาตรีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

5. ข้อมูลอาชีพ

ตารางที่ 5.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	อาชีพ						รวม
			นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ	
อพาร์ทเมนต์	อีเว้นท์แมนชั่น	จำนวน(คน)	8	18	5	4	5	0	40
		ร้อยละ	3.2	7.2	2.0	1.6	2.0	0.0	16.0
	สุวรรณนิคม	จำนวน(คน)	5	8	10	5	1	1	30
		ร้อยละ	2.0	3.2	4.0	2.0	0.4	0.4	12.0
	3แฉ.คอร์ต	จำนวน(คน)	44	7	4	2	3	0	60
		ร้อยละ	17.6	2.8	1.6	0.8	1.2	0.0	24.0
คอนโดมิเนียม	ดุมพินี เทลท ปิ่นเกล้า 2	จำนวน(คน)	8	15	4	8	2	3	40
		ร้อยละ	3.2	6.0	1.6	3.2	0.8	1.2	16.0
	รัตนโกสินทร์ ใกล้เคียง	จำนวน(คน)	18	4	2	11	4	1	40
		ร้อยละ	7.2	1.6	0.8	4.4	1.6	0.4	16.0
	คอมมอนเวลธ์	จำนวน(คน)	14	12	5	6	2	1	40
		ร้อยละ	5.6	4.8	2.0	2.4	0.8	0.4	16.0
รวม	จำนวน(คน)	97	64	30	36	17	6	250	
	ร้อยละ	38.8	25.6	12.0	14.4	6.8	2.4	100	

จากตารางที่ 5.7 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนมากเป็นนักศึกษาจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และรองลงมาเป็นอาชีพพนักงานเอกชนจำนวน 64 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.6 และอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 30 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ที่เหลือมีอาชีพรับจ้างและอื่นๆ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนต์ พบว่าส่วนมากเป็นนักศึกษาจำนวน 57 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.8 และรองลงมาเป็นอาชีพพนักงานเอกชนจำนวน 33 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.2 และอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวนจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และธุรกิจส่วนตัวจำนวน 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.4 ที่เหลือมีอาชีพรับจ้างและอื่นๆ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนมากเป็นนักศึกษาจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และรองลงมาเป็นอาชีพพนักงานเอกชนจำนวน 31 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.4 และธุรกิจส่วนตัวจำนวน 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 และอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวนจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ที่เหลือมีอาชีพรับจ้างและอื่นๆ ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. ข้อมูลเขตหรือย่านของสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน

ตารางที่ 5.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามเขตหรือย่านของสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับ วิเคราะห์	ชื่อเขต/ย่าน	จำนวน ข้อสอบ	เขต/ย่านสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน							รวม
			ชาย/สตรี	ชาย/ชาย-วัยใส	ชาย/ผู้ สูงวัย	ชาย/วัย กลาง	ชาย/วัย ชรา	ชาย/วัย สูงอายุ	ชาย/วัย อื่นๆ	
ระดับ วิเคราะห์	ชาย/วัย กลาง	ข้อสอบ 1	1	0	4	4	1	1	1	40
		ข้อสอบ 2	4	2	1	1	0	0	0	160
		ข้อสอบ 3	1	4	4	4	0	4	4	30
ระดับ วิเคราะห์	ชาย/วัย ชรา	ข้อสอบ 1	1	1	1	1	0	0	1	40
		ข้อสอบ 2	4	1	1	1	0	0	0	160
		ข้อสอบ 3	1	4	1	1	0	0	0	100
รวม	ชาย/วัย กลาง	ข้อสอบ 1	2	0	4	4	1	1	1	40
		ข้อสอบ 2	4	2	1	1	0	0	0	160
		ข้อสอบ 3	1	4	4	4	0	4	4	100
รวม	ชาย/วัย ชรา	ข้อสอบ 1	1	1	1	1	0	0	1	40
		ข้อสอบ 2	4	1	1	1	0	0	0	160
		ข้อสอบ 3	1	4	1	1	0	0	0	100
รวม	ชาย/วัย สูงอายุ	ข้อสอบ 1	1	0	0	0	0	0	0	40
		ข้อสอบ 2	4	0	0	0	0	0	0	160
		ข้อสอบ 3	1	0	0	0	0	0	0	100
รวม	ชาย/วัย อื่นๆ	ข้อสอบ 1	1	0	0	0	0	0	0	40
		ข้อสอบ 2	4	0	0	0	0	0	0	160
		ข้อสอบ 3	1	0	0	0	0	0	0	100

จากตารางที่ 5.8 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนมากมีสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษาย่านเขตพระนครจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และรองลงมาเป็นเขตบางพลัดจำนวน 40 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16 และเขตบางกอกน้อยจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และเขตอื่นๆ 30 คนคิดเป็นร้อยละ 12 และธนบุรีจำนวน 19 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.6 ส่วนที่เหลือเป็นเขตตลิ่งชันและเขตบางกอกใหญ่ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนต์ พบว่าส่วนมากมีสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษาย่านเขตพระนครจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และรองลงมาเป็นเขตบางพลัดจำนวน 17 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.8 และเขตบางกอกน้อยจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และส่วนที่เหลือเป็นเขตต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนมากมีสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษาย่านเขตพระนครจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และรองลงมาเป็นเขตบางพลัดจำนวน 23 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.2 และเขตอื่นๆ จำนวน 23 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.2 เขตบางกอกน้อยจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และส่วนที่เหลือเป็นเขตต่างๆ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7. ข้อมูลภูมิลำเนา

ตารางที่ 5.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามภูมิลำเนาก่อนที่จะมาเข้าพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	ภูมิลำเนา			รวม
			กรุงเทพและปริมณฑล	ต่างจังหวัด	ต่างประเทศ	
อพาร์ทเมนท์	อีรินทร์แมนชั่น	จำนวน(คน)	17	23	0	40
		ร้อยละ	6.8	9.2	0.0	16.0
	สุวรรณนิมเพลส	จำนวน(คน)	7	14	9	30
		ร้อยละ	2.8	5.6	3.6	12.0
	3เจ.เคอร์รี่	จำนวน(คน)	9	41	10	60
		ร้อยละ	3.6	16.4	4.0	24.0
คอนโดมิเนียม	อุมทีนิเทล	จำนวน(คน)	13	19	8	40
		ร้อยละ	5.2	7.6	3.2	16.0
	รัตนโกสินทร์	จำนวน(คน)	6	20	14	40
		ร้อยละ	2.4	8.0	5.6	16.0
	คอมมอนเวลธ์	จำนวน(คน)	5	27	8	40
		ร้อยละ	2.0	10.8	3.2	16.0
รวม	จำนวน(คน)	57	144	49	250	
	ร้อยละ	22.8	57.6	19.6	100	

จากตารางที่ 5.9 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนมากเป็นภูมิลำเนาต่างจังหวัดจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 และรองลงมาเป็นกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 57 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.8 และต่างประเทศจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนมากเป็นภูมิลำเนาต่างจังหวัดจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และรองลงมาเป็นกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 33 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.2 และต่างประเทศจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนมากเป็นภูมิลำเนาต่างจังหวัดจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และรองลงมาเป็นต่างประเทศจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.6

5.2.2.2 ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ

1. ระดับรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 5.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	ชื่อโรงเรียน	จำนวนผู้ตอบ	ระดับรายได้ต่อเดือน										รวม
			ต่ำกว่า 15,000	15,000 ถึง 20,000	20,000 ถึง 25,000	25,000 ถึง 30,000	30,000 ถึง 35,000	35,000 ถึง 40,000	40,000 ถึง 45,000	สูงกว่า 45,000			
ประถมศึกษา	โรงเรียนบ้านวัง	จำนวน(คน)	15	4	5	4	2	6	3	1	40		
		ร้อยละ	6.0	1.6	2.0	1.6	0.8	2.4	1.2	0.4	16.0		
	โรงเรียนหนองปลาไหล	จำนวน(คน)	2	3	5	4	4	1	1	10	30		
		ร้อยละ	0.8	1.2	2.0	1.6	1.6	0.4	0.4	4.0	12.0		
	3 ร.ศ.ร.วัด	จำนวน(คน)	24	21	8	3	2	1	0	1	60		
		ร้อยละ	9.6	8.4	3.2	1.2	0.8	0.4	0.0	0.4	24.0		
ประถมศึกษาตอนต้นถึงตอนปลาย	โรงเรียนบ้านวัง	จำนวน(คน)	6	5	5	4	0	4	2	11	40		
		ร้อยละ	2.4	2.0	2.0	1.6	0.0	1.6	0.8	4.4	16.0		
	โรงเรียนบ้านวัง	จำนวน(คน)	7	5	0	0	2	13	5	8	40		
		ร้อยละ	2.8	2.0	0.0	0.0	0.8	5.2	2.0	3.2	16.0		
	โรงเรียนบ้านวัง	จำนวน(คน)	13	5	0	4	4	5	3	3	40		
		ร้อยละ	5.2	2.0	0.0	1.6	1.6	2.0	1.2	1.2	16.0		
รวม	จำนวน(คน)	67	49	23	19	14	30	14	34	260			
	ร้อยละ	26.8	18.6	8.4	7.6	5.6	12.0	5.6	13.6	100			

จากตารางที่ 5.10 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และรองลงมาเป็นผู้มีรายได้ 15,001 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 49 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.6 และเป็นผู้มีรายได้ สูงกว่า 45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 34 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.6 และเป็นผู้มีรายได้ 35,001 ถึง 40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 30 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12 และเป็นผู้มีรายได้ 20,001 ถึง 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 23 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และรองลงมาเป็นผู้มีรายได้ 15,001 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 28 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.2 และเป็นผู้มีรายได้ 20,001 ถึง 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 18 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.2 และเป็นผู้มีรายได้ สูงกว่า 45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.8 และที่เหลือมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และรองลงมาเป็นผู้มีรายได้สูงกว่า 45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.8 และเป็นผู้มีรายได้ 35,001 ถึง 40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.8 และเป็นผู้มีรายได้ 15,001 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 21 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.4 และที่เหลือมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 5.11 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่จ่ายค่าเช่าพร้อมค่าบริการอื่นๆ ประมาณ 6,501 ถึง 7,500 บาทต่อเดือน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และ รองลงมาเป็นการจ่าย 7,501 ถึง 85,00 บาทต่อเดือน จำนวน 51 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.4 และ รองลงมาเป็นการจ่าย 8,501 ถึง 95,00 บาทต่อเดือน จำนวน 36 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่จ่ายค่าเช่าพร้อมค่าบริการอื่นๆ ประมาณ 6,501 ถึง 7,500 บาทต่อเดือน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และ รองลงมาเป็นการจ่าย 7,501 ถึง 85,00 บาทต่อเดือน จำนวน 26 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.4 และ รองลงมาเป็นการจ่าย 8,501 ถึง 95,00 บาทต่อเดือน จำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.6 และที่เหลือมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่จ่ายค่าเช่าพร้อมค่าบริการอื่นๆ ประมาณ 7,501 ถึง 85,00 บาทต่อเดือน จำนวน 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 และ 9,501 ถึง 105,00 บาทต่อเดือน จำนวน 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 และรองลงมาเป็นการจ่าย 125,00 บาทต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 23 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.2 และ 10,501 ถึง 115,00 บาทต่อเดือน จำนวน 20 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8 และที่เหลือมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ

5.2.2.3 ข้อมูลทางการพักอาศัย

1. ขนาดห้องเช่าพัก

ตารางที่ 5.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามขนาดของห้องเช่าพักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภท โครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน/ ร้อยละ	ขนาดของห้องพัก(ตรม.)					รวม	
			<25	26-30	31-35	35-40	41-45		>45
อพาร์ทเมนท์	อิริทรีแมนชั่น	จำนวน(คน)	0	0	40	0	0	0	40
		ร้อยละ	0.0	0.0	16.0	0.0	0.0	0.0	16.0
	สุวรรณนิลเทส	จำนวน(คน)	0	0	18	0	3	9	30
		ร้อยละ	0.0	0.0	7.2	0.0	1.2	3.6	12.0
	3เจ.คอร์ต	จำนวน(คน)	45	8	0	1	3	3	60
		ร้อยละ	18.0	3.2	0.0	0.4	1.2	1.2	24.0

ประเภท โครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	ขนาดของห้องพัก(ตรม.)					รวม	
			<25	26-30	31-35	35-40	41-45		>45
คอนโดมีเนียม	ลุมพินีเพลส บีนเกล้า 2	จำนวน(คน)	0	19	8	8	0	5	40
		ร้อยละ	0.0	7.6	3.2	3.2	0.0	2.0	16.0
	รัตนโกสินทร์ ไฮส์แลนด์	จำนวน(คน)	0	0	21	0	0	19	40
		ร้อยละ	0.0	0.0	8.4	0.0	0.0	7.6	16.0
	คอมมอนเวลท์	จำนวน(คน)	0	0	26	0	0	14	40
		ร้อยละ	0.0	0.0	10.4	0.0	0.0	5.6	16.0
รวม	จำนวน(คน)	45	27	113	9	6	50	250	
	ร้อยละ	18.0	10.8	45.2	3.6	2.4	20.0	100	

จากตารางที่ 5.12 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเช่าพักห้องขนาด 31 ถึง 35 ตารางเมตร จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 และรองลงมาเป็นห้องขนาดมากกว่า 45 ตารางเมตร จำนวน 50 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20 และห้องขนาดน้อยกว่า 25 ตารางเมตร จำนวน 45 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18 และห้องขนาด 26 ถึง 30 ตารางเมตร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเช่าพักห้องขนาด 31 ถึง 35 ตารางเมตร จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และรองลงมาเป็นห้องน้อยกว่า 25 ตารางเมตร จำนวน 45 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมีเนียม พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเช่าพักห้องขนาด 31 ถึง 35 ตารางเมตร จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และรองลงมาเป็นห้องขนาดมากกว่า 45 ตารางเมตร จำนวน 38 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.2 และห้องขนาด 26 ถึง 30 ตารางเมตร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

2. ระยะเวลาการเช่าพัก

ตารางที่ 5.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามระยะเวลาการเช่าพักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทผู้เช่า	ระยะเวลาเช่า	จำนวนผู้เช่า	ระยะเวลาเช่าพัก								รวม	
			1-3 เดือน	4-6 เดือน	7-9 เดือน	10-12 เดือน	13-15 เดือน	16-18 เดือน	19-21 เดือน	22-24 เดือน		
เช่าที่พัก	เช่ารวม	6	3	4	0	0	0	0	0	0	0	40
	เช่าต่อ	24	13	13	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.0
	เช่ารวม	30	16	13	0	0	0	0	0	0	0	56
เช่าที่พัก	เช่ารวม	24	13	14	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	12.0
	เช่าต่อ	1	1	1	4	4	4	4	4	0	12	50
	เช่ารวม	25	14	15	5	8	8	8	8	4	24	100
เช่าที่พัก	เช่ารวม	14	14	14	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	4.6	24.0
	เช่าต่อ	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	40
	เช่ารวม	20	15	15	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	13	15.0
เช่าที่พัก	เช่ารวม	14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	40
	เช่าต่อ	43	13	13	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	3.8	16.0
	เช่ารวม	57	14	14	2	2	2	2	2	2	4	40
เช่าที่พัก	เช่ารวม	0.4	2.4	2.4	2.4	2.0	2.4	1.2	1.2	0.0	1.6	16.0
	เช่าต่อ	33	33	33	2.1	1.6	1.6	2.5	1	2.6	2.6	250
	เช่ารวม	33.4	35.4	35.4	4.4	3.4	3.4	4.1	3.0	2.6	4.2	100

จากตารางที่ 5.13 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเข้าพัก ระยะเวลา 4 ถึง 6 เดือน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และรองลงมาเป็นระยะเวลา 7 ถึง 9 เดือน จำนวน 35 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14 และระยะเวลา 1 ถึง 3 เดือน จำนวน 33 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.2 และมากกว่า 3 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และระยะเวลา 2 ปี 1 เดือน ถึง 2 ปีครึ่ง จำนวน 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 และระยะเวลา 10 เดือน ถึง 1 ปี จำนวน 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเข้าพักระยะเวลา 4 ถึง 6 เดือน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และรองลงมาเป็นระยะเวลา 7 ถึง 9 เดือน จำนวน 26 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.4 และระยะเวลา 1 ถึง 3 เดือน จำนวน 15 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6 และมากกว่า 3 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และระยะเวลา 10 เดือน ถึง 1 ปี จำนวน 13 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมีเนียม พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเข้าพักที่มีการกระจายตัวกันของระยะเวลาที่เข้าพักที่ใกล้เคียงกัน



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. จำนวนผู้พักอาศัยร่วม

ตารางที่ 5.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามจำนวนผู้พักอาศัยร่วมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน / ร้อยละ	จำนวนผู้พักอาศัยร่วม					รวม
			1 คน	2 คน	3 คน	4 คน	>4 คน	
อพาร์ทเมนท์	อิริทน์แอมชั่น	จำนวน(คน)	10	27	3	0	0	40
		ร้อยละ	4.0	10.8	1.2	0.0	0.0	16.0
	สุวรรณินเพลส	จำนวน(คน)	8	21	1	0	0	30
		ร้อยละ	3.2	8.4	0.4	0.0	0.0	12.0
	3เจ.เคอร์ติ	จำนวน(คน)	48	10	1	1	0	60
		ร้อยละ	19.2	4.0	0.4	0.4	0.0	24.0
คอนโดมิเนียม	ลุมพินีเพลส	จำนวน(คน)	8	26	5	1	0	40
		ร้อยละ	3.2	10.4	2.0	0.4	0.0	16.0
	รัตนโกสินทร์	จำนวน(คน)	12	17	10	1	0	40
		ร้อยละ	4.8	6.8	4.0	0.4	0.0	16.0
	คอมมอนเวลธ์	จำนวน(คน)	9	14	14	3	0	40
		ร้อยละ	3.6	5.6	5.6	1.2	0.0	16.0
รวม	จำนวน(คน)	95	115	34	6	0	250	
	ร้อยละ	38.0	46.0	13.6	2.4	0.0	100	

จากตารางที่ 5.14 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่มีผู้เช่าพักร่วมจำนวน 2 คน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และรองลงมาเป็นการพักคนเดียว จำนวน 95 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38 และเป็นการพักแบบ 3 คน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นการพักคนเดียว จำนวน 66 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.4 และพักแบบ 2 คน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่เป็นการพัก 2 คน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และเป็นการพักคนเดียว จำนวน 29 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.6 และเป็นการพักแบบ 3 คน จำนวน 29 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

4. ลักษณะการเดินทาง

ตารางที่ 5.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามลักษณะการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภท/วิธีการ	ชื่อโครงการ	จำนวน/หน่วย	ลักษณะการเดินทาง							รวม
			จำนวน/คน	รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	รถจักรยานยนต์รับจ้าง	รถจักรยานยนต์	รถจักรยานยนต์รับจ้าง	รถจักรยานยนต์	เดิน	
รถจักรยานยนต์	ศึกษา/สอน	ศึกษา/สอน	15	4	3	4	22	1	1	47
		สอน	17	14	0	48	0	0	0	104
		ศึกษา/สอน	24	1	1	4	4	1	1	50
		สอน	51	14	0	0	0	0	0	111
		ศึกษา/สอน	17	1	1	48	47	36	4	155
รถจักรยานยนต์รับจ้าง	ศึกษา/สอน	ศึกษา/สอน	11	14	0	10	0	0	0	25
		สอน	21	1	1	1	1	0	0	55
		ศึกษา/สอน	21	1	1	28	0	0	0	51
		สอน	21	1	1	28	0	0	0	51
		ศึกษา/สอน	21	1	1	28	0	0	0	51
รถจักรยานยนต์รับจ้าง	ศึกษา/สอน	ศึกษา/สอน	15	14	15	47	0	0	0	71
		สอน	15	1	1	25	0	0	0	42
		ศึกษา/สอน	15	1	1	25	0	0	0	42
		สอน	15	1	1	25	0	0	0	42
		ศึกษา/สอน	15	1	1	25	0	0	0	42
รวม	ศึกษา/สอน	ศึกษา/สอน	114	24	27	110	40	5	451	
		สอน	240	21	31	213	35	15	1000	

จากตารางที่ 5.15 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่ใช้การเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และรองลงมาเป็นการเดินทางด้วยรถแท็กซี่ จำนวน 117 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.9 และด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 9 และเดินทางด้วยแพหรือเรือโดยสาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอพาร์ทเมนต์ พบว่าส่วนใหญ่ใช้การเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และรองลงมาเป็นการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และด้วยรถแท็กซี่ จำนวน 51 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.3 และเดินทางด้วยแพหรือเรือโดยสาร จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางด้วยรถแท็กซี่ จำนวน 66 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.6 และเป็นการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และเป็นการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และการเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์รับจ้าง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และการเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ส่วนตัว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจย้ายมาเช่าที่พักปัจจุบัน

ตารางที่ 5.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจย้ายมาเช่าที่พักปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

สาเหตุ ปัจจัย	จำนวน ผู้ตอบ	สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจย้ายมาเช่าที่พักปัจจุบัน								รวม
		ค่าเช่า ถูกลง	ค่าเช่า แพงขึ้น	ค่าเช่า ใกล้เคียง	ค่าเช่า ไม่พอ	ค่าเช่า เกินพอ	ค่าเช่า ไม่พอ	ค่าเช่า เกินพอ	ค่าเช่า ใกล้เคียง	
พื้นที่เช่า	ค่าเช่า ถูกลง	22	27	24	22	3	13	1	1	136
	ค่าเช่า แพงขึ้น	45	17	11	13	13	13	13	13	175
	ค่าเช่า ใกล้เคียง	21	45	14	13	13	14	13	13	191
	ค่าเช่า ไม่พอ	27	13	13	13	13	13	13	13	117
สิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเช่า ถูกลง	40	40	42	42	3	33	1	4	234
	ค่าเช่า แพงขึ้น	33	37	34	33	34	42	34	33	300
	ค่าเช่า ใกล้เคียง	31	25	14	22	3	23	2	3	127
	ค่าเช่า ไม่พอ	43	14	13	13	13	13	13	13	163
ความปลอดภัย	ค่าเช่า ถูกลง	22	23	4	3	3	3	3	3	75
	ค่าเช่า แพงขึ้น	13	17	13	13	13	13	13	13	98
	ค่าเช่า ใกล้เคียง	22	23	13	13	13	13	13	13	115
	ค่าเช่า ไม่พอ	41	41	13	13	13	13	13	13	147
รวม	ค่าเช่า ถูกลง	163	179	117	143	17	113	13	21	781
	ค่าเช่า แพงขึ้น	234	249	117	131	22	161	13	27	100

จากตารางที่ 5.16 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่ให้เหตุผลด้านทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และรองลงมาเป็นใกล้ที่ทำงานหรือสถานศึกษาจำนวน 179 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.9 และคุณภาพที่พัก จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และต้องการเป็นส่วนตัว จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และราคาเหมาะสม จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการพาร์ตเมนท์ พบว่าส่วนใหญ่ให้เหตุผลด้านทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และรองลงมาเป็นใกล้ที่ทำงานหรือสถานศึกษาจำนวน 93 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.9 และคุณภาพที่พัก ระบบสาธารณูปโภคดี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และราคาเหมาะสมจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และต้องการเป็นส่วนตัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม พบว่าส่วนใหญ่ให้เหตุผลด้านทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และรองลงมาเป็นใกล้ที่ทำงานหรือสถานศึกษาจำนวน 86 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11 และและต้องการเป็นส่วนตัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และคุณภาพที่พัก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 และราคาเหมาะสมจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. การทราบถึงสถานที่เข้าพักในปัจจุบัน

ตารางที่ 5.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามการทราบถึงที่เข้าพักปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ	จำนวน/ ร้อยละ	ทราบถึงสถานที่เข้าพักในปัจจุบัน					รวม
			มีผู้ แนะนำ	ป้าย โฆษณา ป้ายติด	โบปสิว แผ่นพับ	อินเตอร์ เน็ต	อื่นๆ	
อาหารตม้นท์	อีเว้นท์แมนชั่น	จำนวน(คน)	28	22	3	30	1	84
		ร้อยละ	8.1	6.4	0.9	8.7	0.3	24.3
	สุวรรณนิลเพลส	จำนวน(คน)	20	3	3	10	2	38
		ร้อยละ	5.8	0.9	0.9	2.9	0.6	11.0
	3เ.เคอร์ต	จำนวน(คน)	56	3	1	5	4	69
		ร้อยละ	16.2	0.9	0.3	1.4	1.2	19.9
คอนโดมีเนียม	ลุมพินี เพลส บึงเกล้า 2	จำนวน(คน)	24	12	11	7	4	58
		ร้อยละ	6.9	3.5	3.2	2.0	1.2	16.8
	รัตนโกสินทร์ ไฮสแอนด์	จำนวน(คน)	29	7	1	3	4	44
		ร้อยละ	8.4	2.0	0.3	0.9	1.2	12.7
	คอมมอนเวลธ์	จำนวน(คน)	29	6	1	17	0	53
		ร้อยละ	8.4	1.7	0.3	4.9	0.0	15.3
รวม	จำนวน(คน)	186	53	20	72	15	346	
	ร้อยละ	53.8	15.3	5.8	20.8	4.3	100	

จากตารางที่ 5.17 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นการทราบจากผู้แนะนำ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และรองลงมาเป็นการทราบจากอินเตอร์เน็ต จำนวน 72 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.8 และป้ายโฆษณาป้ายติด 53 คน หรือคิดเป็น 15.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการอาหารตม้นท์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นการทราบจากผู้แนะนำ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 และรองลงมาเป็นการทราบจากอินเตอร์เน็ตจำนวน 45 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13 และป้ายโฆษณาป้ายติด 28 คน หรือคิดเป็น 8.1 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในโครงการคอนโดมีเนียม พบว่าส่วนใหญ่เป็นการทราบจากผู้แนะนำ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 และรองลงมาเป็นการทราบจากอินเตอร์เน็ตจำนวน 27 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.8 และป้ายโฆษณาป้ายติด 25 คน หรือคิดเป็น 7.2 ตามลำดับ

5.2 ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ

5.2.1 โครงการอิรินทร์แมนชั่น

1. ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

โครงการปรับปรุงใหม่จากอาคารเดิมที่มีอยู่ มีห้องให้เช่าทั้งสิ้น 275 ห้อง โดยวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นอพาร์ทเมนท์ให้เช่ารายเดือนหรือรายสัปดาห์และทันสมัย ย่านปิ่นเกล้า ไม่มีบริการรายวันและไม่เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีห้องขนาดเดียวขนาด 32 ตารางเมตรเป็นแบบเตียงเดี่ยวและเตียงคู่ ออกแบบห้องพักเน้นความแข็งแรงของวัสดุ วัสดุ ทันสมัย เพิ่มการใช้งานที่ตอบสนองการอยู่อาศัยด้วยการมีมุมครัวเล็กๆ สำหรับการประกอบอาหาร ตู้เก็บของ และห้องน้ำแบบแยกส่วน สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ติดตั้งเฉพาะเครื่องเรือนที่จำเป็น มีบริการสัญญาณเคเบิลทีวี สัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย สำหรับอุปกรณ์เสริมเช่นทีวีและตู้เย็น ผู้เช่าจะต้องนำมาเอง

1.2 ราคา (Price)

ใช้วิธีการตั้งราคาโดยยึดเกณฑ์ต้นทุนและกำหนดราคาให้สูงกว่ารายอื่นๆ ในย่านเดียวกัน ก่อนปรับปรุงโครงการ ได้ทำการสำรวจคู่แข่งชั้นในย่านเดียวกัน ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ระดับราคาเช่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นจึงได้กำหนดราคาเช่าใหม่ เป็น 7,000 -7,500 บาทต่อเดือน เหตุผลส่วนหนึ่งเพื่อต้องการเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าใหม่

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel)

ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางเดียว คือที่ตัวโครงการเท่านั้น เหตุผลเนื่องจากต้องการสัมภาษณ์และถือโอกาสตรวจสอบประวัติผู้เช่าเบื้องต้น

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion or IMC)

ปัจจุบันใช้วิธีการส่งเสริมการขาย 3 รูปแบบคือ การโฆษณาผ่านป้ายกลางแจ้งบนตัวอาคารเพื่อสื่อถึงผู้ที่เดินทางผ่านไปมาบนทางยกระดับคูขนานลอยฟ้าบรมราชชนนี การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และการให้ส่วนลดสำหรับผู้ติดต่อสัญญาเช่าในรอบถัดไป

1.5 บุคลากร (People)

มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการให้บริการมีทักษะในการบริการ โดยจัดพนักงานบางส่วนไว้สำหรับการให้บริการ 24 ชั่วโมง ได้แก่งานบริการแก้ปัญหาฉุกเฉินและงานรักษาความปลอดภัย

1.6 ความมีชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Brand)

มีชื่อเสียงเดิมที่เคยให้บริการมากกว่า 10 ปี นอกจากนี้ยังใช้ชื่อเดียวกันกับโครงการที่อยู่อาศัยที่ประเภทบ้านเดี่ยวและทาวส์เฮาส์ที่กำลังทำตลาดในปัจจุบัน ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในโครงการ

1.7 ทำเล (Place or Location)

ตั้งอยู่ในทำเลที่ดีอยู่บนถนนบรมราชชนนี เดินทางเข้าออกสะดวกสบาย สามารถเดินทางด้วยรถเมล์ตดยสารประจำทางต่อเดียวไปยังย่านต่างๆ และอยู่ใกล้แหล่งการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า มีห้างสรรพสินค้า 3 แห่ง ใกล้โรงพยาบาลและสถานที่ราชการเช่น กระทรวงวัฒนธรรม

2. วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

2.1 จุดแข็ง (Strength)

- ตัวอาคารได้รับการปรับปรุงใหม่
- ที่ตั้งอยู่ในซอยส่วนบุคคล 20 เมตร เดินทางเข้าออกสะดวกสบายใกล้ป้ายรถโดยสาร

ประจำทาง

- โครงการมีชื่อเสียงเนื่องจากได้เปิดให้บริการมากกว่า 10 ปี
- ทางเข้าออกทางเดียวมีการควบคุมด้วยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยการแลกบัตร

และระบบศัลยกรรมกำหนดชั้น

- ที่จอดรถมีเพียงพอสามารถรองรับได้กว่า 110 คัน
- ห้องพักตากแดดด้วยวัสดุคุณภาพดี เน้นความแข็งแรง ทันสมัย เพิ่มมุมครัวและตู้เก็บของ
- บริการให้ความช่วยเหลือ 24 ชั่วโมง

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- ทางเข้าโครงการแคบและป้ายบอกทางไม่ชัดเจน
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการมีน้อย เช่น ไม่มี สระว่ายน้ำ สวนหย่อมสำหรับนั่งพักผ่อน ตู้กดน้ำดื่มและเครื่องซักผ้าชนิดหยอดเหรียญให้บริการ

- พื้นที่นั่งพักผ่อนส่วนกลางมีน้อย ทำให้ผู้เช่ามาถึงโครงการแล้วจะต้องขึ้นที่พักรทันที
- ไม่มีบริการให้เช่าทีวีและตู้เย็น ทำให้เป็นปัญหาสำหรับผู้เช่าระยะสั้น
- นโยบายไม่รับผู้เช่าต่างชาติทำให้เสียโอกาส

2.3 โอกาส (Opportunity)

- อยู่ในทำเลย่านธุรกิจการค้า ย่านปิ่นเกล้า
- สามารถมองเห็นตัวโครงการได้ชัดเจนเมื่ออยู่บนทางยกระดับบรมราชชนนี
- ใกล้ห้างสรรพสินค้า เช่น Central, Major และ Lotus สาขาปิ่นเกล้า
- ใกล้สถานที่ราชการ เช่นกระทรวงวัฒนธรรม และสถานพยาบาล เช่นโรงพยาบาล

เจ้าพระยา โรงพยาบาลหูตาคอจุมูก และสามารถเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางเพียงต่อเดียว เพื่อไปยังย่านสนามหลวง

2.4 อุปสรรค (Threat)

- มีโครงการคู่แข่งชั้นค่อนข้างมาก เช่น อพาร์ทเมนท์ระดับราคา 5,500 บาทต่อเดือนและโครงการคอนโดมีเนียมปัจจุบันและในอนาคตอีกหลายโครงการ
- ทางเข้าโครงการใกล้ป้ายรถเมล์ ใกล้ทางขึ้นสะพานข้ามแยกและสี่แยก ทำให้การเข้าและออกโครงการไม่สะดวก
- ต้องกลับรถไกลหากเดินทางมาจากสนามหลวง

3. วิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitor Analysis)

คู่แข่งชั้นที่มีระดับราคาเช่าใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะเป็นโครงการคอนโดมีเนียม เช่น โครงการ ลุมพินีคอนโดมีเนียม มายด์คอนโด คอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม รัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์ และโครงการอพาร์ทเมนท์ ดังแสดงในตารางที่ 5.18

ตารางที่ 5.18 โครงการคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงโครงการธีรินทร์แมนชั่น

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาค่าเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
ลุมพินีคอนโด	คอนโดมีเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	9,500-12,000	30-64
มายด์คอนโด	คอนโดมีเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	7,000-16,000	24 – 55

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาค่าเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
คอมมอนเวลธ์	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	8,000-15,000	30-64
รัตนโกสิน โฮสเทล	คอนโดมิเนียม	สงบเงียบมีความเป็นส่วนตัว	8,000-15,000	30-65
สุวรรณนิลเพลส	อพาร์ทเมนท์	วิวแม่น้ำและสะพานพระราม 8	7,000-32,000	32-90

4. วิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้แก่นักศึกษามหาวิทยาลัยย่านสนามหลวง ย่านศิริราช คนทำงาน ย่านปิ่นเกล้า ธุรกิจส่วนตัว และบางส่วนที่อยู่ในระหว่างการซื้อคอนโดมิเนียมย่านปิ่นเกล้า

5. วิเคราะห์จุดขาย (Selling Point)

อยู่ใกล้ถนนใหญ่ ใกล้ห้างสรรพสินค้า เดินทางเข้าออกสะดวก อาคารโดดเด่นมีความน่าเชื่อถือ

5.2.2 โครงการสุวรรณนิลเพลส

1. ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

สร้างอยู่บนที่ดินเดิมของตนเองที่มีอยู่ มีห้องพักขนาด 79 ห้อง แนวคิดโครงการคือ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์หรูหรมีระดับย่านบางยี่ขัน โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาและสะพานพระราม 8 เป็นจุดขาย มีการนำร้านค้าต่างๆ เข้ามาอยู่ในพื้นที่เพื่อทำให้โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ห้องพักมีหลายประเภท ตั้งแต่ห้องสตูดิโอ ไปจนถึง 2 ห้องนอน 1 ห้องแขก เลือกใช้วัสดุคุณภาพดีในการตกแต่งห้องพัก พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องครบครัน

1.2 ราคา (Price)

เนื่องจากได้วางตำแหน่งโครงการให้เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ โดยตั้งราคาในระดับสูงกว่าคู่แข่งซึ่งเป็นอพาร์ทเมนท์ในย่านใกล้เคียง มองกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการใช้บริการ มีระดับราคาตั้งแต่ 9,000 ถึง 35,000 บาทต่อเดือน

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel)

ช่องทางที่โครงการใช้ได้แก่ การให้บริการโดยตรงที่โครงการหรือสามารถจองทางโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต และชำระค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มในวันเข้าพัก

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion or IMC)

มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต ใช้แผ่นพับใบปลิวสำหรับผู้มาเยี่ยมชมโครงการ และป้ายโฆษณาบนตัวอาคาร

1.5 บุคลากร (People)

มีการฝึกอบรมและเตรียมความพร้อมของพนักงานและทักษะ โดยเฉพาะพนักงานฝ่ายต้อนรับให้สามารถตอบโต้และใช้คอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในการให้บริการในทุกๆ เพื่อมุ่งเน้นการตอบสนองการอยู่อาศัยอย่างมีคุณภาพ

1.6 ความมีชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Brand)

เนื่องจากโครงการเป็นเจ้าของพื้นที่ในย่านดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีอาคารพาณิชย์และอพาร์ทเมนต์ ให้เช่าอยู่ด้านหลังโครงการอีกจำนวนมาก ทำให้โครงการเกิดความน่าเชื่อถือ

1.7 ทำเล (Place or Location)

โครงการตั้งอยู่ในย่านสะพานพระราม 8 ใกล้แม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นจุดชมวิวที่สำคัญ นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้แหล่งสถานที่ราชการสำคัญ ย่านกรุงเทพมหานครฝั่งพระนคร ได้แก่ธนาคารแห่งประเทศไทย และกระทรวงต่างๆ ย่านถนนราชดำเนิน

2. วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

2.1 จุดแข็ง (Strength)

- เป็นโครงการใหม่ออกแบบอาคารทันสมัย ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่
- ให้บริการรูปแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์
- มีบริการให้เช่าระยะสั้น
- ห้องพักหรูหรามีระดับ ตกแต่งด้วยวัสดุที่มีคุณภาพ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ

ครั้น มีห้องหลายขนาดให้เลือก

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- เนื้อที่โครงการน้อย ทำให้โครงการดูแคบ
- ภายในห้องพักแสงสว่างไม่เพียงพอและอากาศไม่ถ่ายเท
- ระเบียงห้องมีลักษณะพื้นที่แคบ ทำให้ใช้ประโยชน์ได้น้อย

- ราคาค่าเช่าค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางที่มีให้บริการ

2.3 โอกาส (Opportunity)

- อยู่ในทำเลย่านสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญคือสะพานพระราม 8
- สามารถมองเห็นตัวโครงการได้ชัดเจนเมื่ออยู่บนบนสะพานพระราม 8 และทางยกระดับ

สะพานพระราม 8 บรมราชชนนี

- ใกล้สถานที่ราชการกรุงเทพมหานครฝั่งพระนคร ได้แก่อาคารแห่งประเทศไทยและกระทรวงต่างๆ ย่านถนนราชดำเนิน

- สามารถเดินทางด้วยเรือด่วนเจ้าพระยา ทำเรือได้สะพานพระราม 8 เพื่อไปยังย่านธุรกิจสีลมและสาทร หรือจังหวัดนนทบุรี

2.4 อุปสรรค (Threat)

- มีโครงการคู่แข่งกันเกิดขึ้น ซึ่งเป็นโครงการคอนโดมิเนียมของลุมพินีพระราม 8
- ทางเข้าโครงการใกล้ทางลงสะพาน ทำให้การเข้าและออกโครงการไม่สะดวกและต้องกลับรถเมื่อเดินทางมาจากกรุงเทพมหานครฝั่งพระนคร

- มลภาวะทางเสียงจากรถยนต์ที่วิ่งบนสะพานพระราม 8 และร้านอาหารรอบๆ โครงการ

- การจราจรติดขัดในช่วงที่มีการจัดงาน บริเวณสะพานพระราม 8

3. วิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

คู่แข่งที่มีระดับราคาค่าเช่าใกล้เคียงกันในย่านดังกล่าวมีน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นโครงการคอนโดมิเนียม เช่นโครงการลุมพินีเพลสพระราม 8 และโครงการต่างๆ ดังแสดงในตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 5.19 โครงการคู่แข่งกันในบริเวณใกล้เคียงโครงการสุวรรณิณเพลส

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
ลุมพินีคอนโด	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	9,500-12,000	30-64
มายคอนโด	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	7,000-16,000	24 - 55

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาค่าเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
รัตนโกสิน โฮสเทล	คอนโดมีเนียม	สงบเงียบมีความเป็นส่วนตัว	8,000-15,000	30-65
ธนาชาติเวีย	อพาร์ทเมนท์	ตกแต่งทันสมัย	8,800-13,800	30-60
อิริทรีแมนชั่น	อพาร์ทเมนท์	ตกแต่งทันสมัย เดินทางสะดวก	7,000-7,500	28-30

4. วิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ธนาคารแห่งประเทศไทย องค์การสหประชาชาติ แพทย์
โรงพยาบาลศิริราช นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวระยะสั้น นักธุรกิจ อาชีพอิสระส่วนตัว

5. วิเคราะห์จุดขาย (Selling Point)

วิวแม่น้ำเจ้าพระยาและสะพานพระราม 8 ให้บริการรูปแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์และมี
บริการเช่าพักระยะสั้น

5.2.3 โครงการ 3เจ.คอร์ต

1. ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

โครงการดัดแปลงจากอาคารเดิม มีห้องพักเปิดให้บริการราคาเกิน 5,500 บาท ประมาณ
211 ห้องโดยกระจายตัวอยู่ตามอาคารต่างๆ 5 อาคารแนวคิดในการออกแบบโครงการคือ
เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ราคาประหยัด ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเน้นรูปแบบการให้บริการ 24
ชั่วโมง 365 วัน มีห้องพัก 3 ขนาด ได้แก่ห้องสตูดิโอ 20-28 ตารางเมตร ห้อง 1 ห้องนอน 1
ห้องรับแขก และห้อง 2 ห้องนอน 1 ห้องรับแขก ขนาด 45 ตารางเมตรขึ้นไป ภายในห้องพักติดตั้ง
เครื่องอำนวยความสะดวกครบครัน เช่นทีวี ตู้เย็น และเครื่องทำน้ำอุ่น ยกเว้นมุมครัวเล็กๆ และตู้
เก็บของ ซึ่งไม่ได้จัดเตรียมไว้ให้เนื่องจากต้องการความปลอดภัย กลิ่น ที่จะเกิดขึ้น

1.2 ราคา (Price)

การตั้งราคาโดยยึดเกณฑ์ต้นทุนและให้สูงกว่าคู่แข่งชั้นที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยใช้แนวคิดจ่ายครั้งเดียวไม่ต้องซื้อเครื่องใช้เพิ่มเติม ระดับราคาเช่าเริ่มต้นตั้งแต่ 5,600 บาทต่อเดือนสำหรับห้องสตูดิโอ และราคา 7,900 – 13,000 บาทขึ้นไปสำหรับห้องชุด

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel)

ปัจจุบันใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางเดียวคือที่โครงการ เนื่องจากต้องการตรวจสอบประวัติผู้ที่ต้องการเช่าในขณะเยี่ยมชมโครงการโดยใช้วิธีการพูดคุย สอบถาม เพื่อคัดเลือกผู้เช่า ซึ่งจะช่วยให้ลดปัญหาในการดูแลระหว่างการเช่าพัก

1.4 การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion or IMC)

มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ของทางบริษัท การสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยย่านสนามหลวง ติดตั้งป้ายโฆษณาบนอาคารทางเข้าโครงการ และการใช้แผ่นพับแนะนำโครงการสำหรับผู้มาเยี่ยมชม และให้ส่วนลดค่าเช่า 2 เปอร์เซ็นต์เมื่อชำระภายใน 5 วันหลังจากได้รับใบแจ้งหนี้

1.5 บุคลากร (People)

มีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน สร้างแรงจูงใจในการทำงาน โดยให้เกณฑ์อัตราการเช่าพักมาร่วมในการให้รางวัลโบนัสกลางปี มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ประกอบไปด้วยฝ่ายต่างๆ เช่น ฝ่ายให้เช่าดูแลการเช่าและงานบริการแม่บ้าน ฝ่ายช่างดูแลงานช่างทุกชนิด ฝ่ายรักษาความสะอาด ดูแลสวนและรปภ ฝ่ายงานบริการเสริมดูแลงานให้บริการ เช่น มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม 24 ชั่วโมง ร้านซักรีด และศูนย์ไปรษณีย์ถ่ายเอกสาร เป็นต้น

1.6 ความมีชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Brand)

โครงการได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษาย่านสนามหลวงเป็นอย่างดี ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาเช่าอยู่อาศัย ได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

1.7 ทำเล (Place or Location)

ตั้งอยู่ย่านเชิงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า ติดถนนใหญ่อยู่ฝั่งขาเข้าย่านสนามหลวง สามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ทั้งทางรถยนต์และเรือหรือแพโดยสาร ใกล้สนามหลวง ย่านศิริราช ย่านปิ่นเกล้า

2. วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

2.1 จุดแข็ง (Strength)

- ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่เดินทางเข้าออกสะดวกสบาย
- โครงการมีชื่อเสียงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- มีพื้นที่พักผ่อนส่วนกลางรองรับ โดยมีสวนที่นั่งพักระหว่างอาคาร ภายในอาคาร และมีการตกแต่งสถานที่ด้วยต้นไม้ ธรรมชาติ เพื่อเพิ่มความร่มรื่น
- ราคาเช่าพักไม่สูงเมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดไว้รองรับ
- มีมุมให้บริการอาหารเครื่องดื่มและบริการให้ความช่วยเหลือและรับ 24 ชั่วโมง
- พนักงานเอาใจใส่ในการให้บริการ
- มีการคัดเลือกผู้เช่าอย่างเข้มงวด
- ไม่เก็บค่าใช้จ่ายเมื่อมีการซ่อมห้องพักหากเกิดการชำรุดของห้องพัก

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- ตัวอาคารไม่ทันสมัยและไม่โดดเด่น เนื่องจากเป็นอาคารดัดแปลงจากกลุ่มอาคารพาณิชย์เก่า
- สภาพสีภายนอกและภายในบางส่วนเริ่มหลุดลอกและซีด ทำให้ขาดความสวยงาม
- ห้องพักมีขนาดเล็ก การจัดวางเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่สอดคล้องกับการใช้งานเท่าที่ควร
- ห้องพักบางส่วนมีกลิ่นอับชื้นและแสงสว่างไม่เพียงพอ เช่นห้องที่อยู่ชั้นล่างและติดกับอาคารข้างเคียง
- บางด้านของอาคารมีแสงแดดจัดและทางเดินชั้นบนร้อน ห้องพักชั้นบนสุดของตัวอาคารได้รับความร้อนจากแสงแดด

- มีอุปสรรคด้านภาษาอังกฤษในการให้บริการชาวต่างชาติ

- ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
- สัญญาณอินเทอร์เน็ตช้า และบางอาคารต้องจ่ายเป็นส่วนเพิ่มทำให้รู้สึกแพงเกินไป

2.3 โอกาส (Opportunity)

- อยู่ในทำเลที่ดีใกล้ย่านการค้าธุรกิจและห้างสรรพสินค้า ย่านปิ่นเกล้า ใกล้ย่านสถานที่ราชการและสถานศึกษาย่านสนามหลวง และย่านศิริราช
- ใกล้ป้ายรถเมล์ ทำเรือด่วนโดยสารและแพข้ามฟาก

2.4 อุปสรรค (Threat)

- มีอาคารพาณิชย์อยู่หน้าโครงการทำให้มองไม่เห็นตัวโครงการ
- มีมลภาวะทางเสียงจากถนนสำหรับอาคารที่อยู่ติดถนน จากอาคารข้างเคียง และการวิ่งเล่นของเด็กๆ ในอาคารข้างเคียง
- กฎหมาย พรบ.พระราม 8 ทำให้ไม่สามารถให้เช่ารายวันได้ ทำให้เสียโอกาสรายได้เพิ่มจากห้องที่ว่างอยู่
- มีโครงการคู่แข่งในพื้นที่หลายโครงการ เช่น โครงการคอนโดมิเนียม โครงการอพาร์ทเมนท์ราคาในระดับเดียวกัน
- บรรยากาศสู้มเสี่ยงในเวลากลางคืนเนื่องจากมีสถานบันเทิงอยู่หน้าโครงการหลายแห่ง
- ผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย เมื่อมีการจบการศึกษาหรือปิดภาคเรียนจะมีการย้ายออกทำให้ห้องพักเกิดการว่างเป็นช่วงๆ

3. วิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

คู่แข่งที่มีระดับราคาเช่าใกล้เคียงกันภายในย่านดังกล่าวได้แก่โครงการอพาร์ทเมนท์ระดับราคาเดียวกันและโครงการคอนโดมิเนียมดังนี้

ตารางที่ 5.20 โครงการคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงโครงการ 3เจ.คอร์ต

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
ลุมพินีคอนโด	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	9,500-12,000	30-64
คอมมอนเวลธ์	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	8,000-15,000	30-64
รัตนโกสิน ไฮสแตนด	คอนโดมิเนียม	สงบเงียบมีความเป็นส่วนตัว	8,000-15,000	30-65
อมรินทร์แมนชั่น	อพาร์ทเมนท์	สงบเงียบมีความเป็นส่วนตัว	6,500-9,500	26-30
เจ็อนอินท์คอร์ต	อพาร์ทเมนท์	สงบเงียบมีความเป็นส่วนตัว	6,000 ขึ้นไป	28
สุวรรณนิเพลส	อพาร์ทเมนท์	วิวแม่น้ำและสะพานพระราม 8	7,000-32,000	32-90
อีรินทร์แมนชั่น	อพาร์ทเมนท์	ตกแต่งทันสมัย เดินทางสะดวก	7,000-7,500	28-30

4. วิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

นักศึกษา เจ้าหน้าที่ราชการและพนักงานบริษัท ย่านปิ่นเกล้า ย่านสนามหลวง และ
คนทำงานในสถานประกอบการต่างๆ

5. วิเคราะห์จุดขาย (Selling Point)

ติดถนนใหญ่ เดินทางสะดวกสบาย พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มี
การให้บริการ 24 ชั่วโมง ชื่อเสียงดีกับกลุ่มผู้เช่าที่เป็นนักศึกษาย่านสนามหลวง

5.2.4 โครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2

1. ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

มีห้องชุดพักอาศัยประมาณ 651 ห้องอยู่จริงทั้งหมดประมาณ 85 เปอร์เซ็นต์ และใน
จำนวนนี้มีห้องให้เช่าผ่านการลงทะเบียนประมาณ 110 ห้อง โดยได้รับการเช่าไปแล้วประมาณ 85
ห้อง บริหารโครงการภายใต้แนวคิดชุมชนน่าอยู่ และมองว่าทุกคนคือผู้อยู่อาศัย โดยให้บริการผู้
เช่าและผู้ซื้อที่ไม่แตกต่างกัน ตัวโครงการตั้งอยู่ในทำเลที่ดีติดถนนใหญ่เดินทางเข้าออก
สะดวกสบาย ใกล้ห้างสรรพสินค้า กระทรวงวัฒนธรรม โรงพยาบาลเจ้าพระยา และอื่นๆ สิ่งอำนวยความสะดวก
ครบครัน แนวคิดการออกแบบห้องพักให้มีการใช้สอยอย่างคุ้มค่าทุกตารางเมตร
ติดตั้งอุปกรณ์เครื่องเรือนเครื่องใช้มาตรฐานไว้รองรับ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนเพิ่มขึ้นอยู่
กับเจ้าของห้องจะเป็นผู้จัดเตรียมไว้เอง ขนาดห้องเริ่มต้นตั้งแต่ 30 ตารางเมตรขึ้นไป

1.2 ราคา (Price)

การตั้งราคาโดยมีการกำหนดราคากลางไว้ที่ฝ่ายจัดการและบริการ ชื่อ ขาย เช่า ซึ่ง
เป็นการกำหนดจากอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ที่เป็นเจ้าของห้อง โดยมีราคาสำหรับ
ห้องเล็กสุดประมาณ 9,500 บาทต่อเดือนขึ้นไป

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel)

ปัจจุบันใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางเดียวคือที่โครงการ เนื่องจากต้องการ
ตรวจสอบประวัติผู้ที่ต้องการเช่าในขณะเยี่ยมชมโครงการโดยใช้วิธีการพูดคุย สอบถาม เพื่อลด
ปัญหาระหว่างการเช่าพัก

1.4 การส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion or IMC)

มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การใช้ผ่านพับแนะนำโครงการสำหรับผู้มาเยี่ยมชม และนอกจากนี้ทางเจ้าของจะเป็นผู้โฆษณาและประชาสัมพันธ์เอง

1.5 บุคลากร (People)

เนื่องจากบริษัทเจ้าของโครงการเป็นผู้ดำเนินการเอง จึงมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยได้รับความสะดวกสบาย

1.6 ชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Brand)

ใช้ความมีชื่อเสียงของคอนโดมิเนียมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ภายใต้สโลแกน "ชุมชนน่าอยู่" ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการตัดสินใจเช่าอยู่อาศัย

1.7 ทำเล (Place or Location)

โครงการตั้งอยู่ในย่านการค้าและธุรกิจปิ่นเกล้า ใกล้ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้าและกระทรวงวัฒนธรรม ติดถนนใหญ่ใกล้ป้ายรถเมล์โดยสารประจำทาง สามารถเดินเข้าออกสะดวกสบาย

2. วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

2.1 จุดแข็ง (Strength)

- ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่เดินทางเข้าออกสะดวกสบาย
- โครงการมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดี
- ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า กระทรวงวัฒนธรรม โรงพยาบาล โรงเรียน
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและภายในโครงการครบครัน
- บริการให้ความช่วยเหลือและรับ 24 ชั่วโมง
- พนักงานเอาใจใส่ในการให้บริการและดูแลผู้เช่าเป็นอย่างดีภายใต้ระเบียบการอยู่อาศัยเดียวกัน

- มีการคัดเลือกผู้เช่า

- ระบบคีย์การ์ดแบบกำหนดชั้น เพิ่มความปลอดภัย

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอในบางครั้ง เช่น ฟิตเนสและสปา
- ไม่มีสัญญาเช่าระยะสั้นเช่น 1 เดือน ทำให้เสียโอกาสในการได้รับค่าเช่า
- เก็บค่าใช้จ่ายบางส่วนในการให้บริการหากห้องเช่ามีปัญหา

2.3 โอกาส (Opportunity)

- โครงการติดถนนใหญ่ทำให้ผู้สัญจรผ่านไปมารู้จัก
- อยู่ในย่านการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า มีห้างสรรพสินค้าและสถานที่ราชการ สถานประกอบการต่างๆ ใกล้เคียงหลายแห่ง

- ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ

2.4 อุปสรรค (Threat)

- เสี่ยงด้งรบกวนจากร้านอาหารข้างโครงการเฉพาะด้านที่ติดกับร้านอาหาร ป.กุ่มเผา
- มีโครงการคู่แข่งในพื้นที่หลายโครงการ เช่น โครงการคอนโดมิเนียม โครงการอพาร์ทเมนต์ราคาในระดับเดียวกัน

3. วิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

สำหรับโครงการคู่แข่ง จะเป็นโครงการคอนโดมิเนียมระดับเดียวกันในพื้นที่และโครงการอพาร์ทเมนต์ ดังนี้

ตารางที่ 5.21 โครงการคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
ลุมพินีคอนโด	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	9,500-12,000	30-64
มายคอนโด	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	7,000-16,000	24 – 55
คอมมอนเวลธ์	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	8,000-15,000	30-64
รัตนโกสิน โฮสเทลนด์	คอนโดมิเนียม	สงบเงียบมีความเป็นส่วนตัว	8,000-15,000	30-65
ธนาอาทีเวีย	อพาร์ทเมนต์	ตกแต่งทันสมัย	8,800-13,800	30-60
มิรินทร์แอมบั้น	อพาร์ทเมนต์	ตกแต่งทันสมัย เดินทางสะดวก	7,000-7,500	28-30

4. วิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

นักศึกษา เจ้าหน้าที่ราชการ ย่านปิ่นเกล้า ย่านสนามหลวง และคนทำงานในสถานประกอบการต่างๆ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ

5. วิเคราะห์จุดขาย (Selling Point)

ภาพลักษณ์การอยู่คอนโดมีเนียมความมีชื่อเสียงของโครงการ ใกล้ห้างสรรพสินค้า เดินทางสะดวกสบาย พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ให้บริการ 24 ชั่วโมง

5.2.5 โครงการรัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์คอนโดมีเนียม

1. ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นโครงการเก่าที่เปิดให้บริการกว่า 7 ปี โครงการสูง 39 ชั้น 2 อาคาร มีห้องพักประมาณ 588 ห้อง วางแนวคิดเดิมที่เน้นความหรูหราและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จอดรถได้ประมาณ 350 คัน ตั้งอยู่ในซอยส่วนบุคคลประมาณ 150 เมตร ปัจจุบันคลับเฮ้าส์และสระว่ายน้ำใช้งานไม่ได้ ซึ่งอยู่ในระหว่างการปรับปรุง สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการมีเพียงฟิตเนส ลานหย่อมและร้านค้าต่างๆ เท่านั้น ห้องพักมีขนาดเริ่มต้นที่ 34 ตารางเมตรขึ้นไป ลักษณะการตกแต่งห้องพักเน้นการใช้สอยครบทุกส่วน สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักปัจจุบันมีความหลากหลาย เนื่องจากเจ้าของห้องพักเป็นผู้จัดเตรียมไว้เอง

1.2 ราคา (Price)

การกำหนดราคาเช่ามีความหลากหลาย โดยเจ้าของห้องเป็นผู้กำหนดเอง ผู้ต้องการเช่าสามารถต่อรองราคาได้ โดยราคาเฉลี่ยเริ่มต้นที่ประมาณ 8,000 บาทต่อเดือน

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel)

ติดต่อโดยตรงกับเจ้าของห้องหรือตัวแทนรับฝากเช่าอยู่ในโครงการซึ่งดำเนินการในลักษณะส่วนบุคคล ไม่มีสำนักงานซื้อ ขาย เช่า ภายในโครงการ เป็นทางการ เมื่อมีผู้ต้องการเช่ามาสอบถามเงื่อนไขการเช่า มีตัวแทนให้เข้ามาพบและแนะนำห้องพัก และรับจองทางโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต

1.4 การส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion or IMC)

ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำการตลาด ซึ่งจะทำได้โดยตัวแทนรับฝากเช่า มีเครือข่ายตัวแทนจากภายนอก เช่นบริษัททัวร์ต่างๆ ย่านถนนข้าวสาร และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยย่านสนามหลวง ช่วยในการแนะนำโครงการ มีการให้ค่าคอมมิชชั่นสำหรับผู้แนะนำผู้มาเช่า

1.5 บุคลากร (People)

ตัวแทนรับฝากเช่าเป็นผู้ดูแลและจัดหาทีมงานเพื่อให้บริการ โดยบางส่วนมีการใช้เจ้าหน้าที่ของนิติบุคคลอาคารชุด ช่วยในการดำเนินการ บุคลากรที่ให้บริการส่วนใหญ่จึงเป็นในลักษณะการรับค่าจ้างเป็นครั้งๆ ในแต่ละงาน ไม่มีความผูกพันใดๆ ทั้งสิ้นในการให้บริการ

1.6 ชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Brand)

มีชื่อเสียงระดับดี เนื่องจากเป็นคอนโดมิเนียมขนาดใหญ่ที่เปิดให้บริการมานาน ได้รับความนิยมนจากผู้เช่าชาวต่างชาติที่มาทำงาน ท่องเที่ยว ศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลักษณะการแนะนำและสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต

1.7 ทำเล (Place or Location)

โครงการตั้งอยู่ในย่านการค้าและธุรกิจปิ่นเกล้า ใกล้ห้างสรรพสินค้า แต่ตัวโครงการตั้งอยู่ในซอยค่อนข้างลึกจากถนนหลักประมาณ 150 เมตร การเดินทางเข้าออกด้วยการเดินเท้าค่อนข้างลำบาก

2. วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

2.1 จุดแข็ง (Strength)

- โครงการมีชื่อเสียง ลักษณะอาคารสูงโดดเด่น
- ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าย่านการค้าและธุรกิจ
- ราคาเช่าถูกเมื่อเทียบกับพื้นที่ห้องเช่า
- โครงการเงียบสงบมีความเป็นส่วนตัว
- กฎระเบียบในระหว่างอยู่อาศัยไม่เคร่งครัด
- สัญญาเช่าทำได้ง่ายและมีเช่าระยะสั้น 1 เดือนขึ้นไป ผ่านตัวแทนรับฝาก
- ทำการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องโดยตัวแทนรับฝากเช่าแบบบุคคล

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่พร้อมในการให้บริการ เช่น สระว่ายน้ำและสโมสร
- เก็บค่าใช้จ่ายบางส่วนในการให้บริการหากห้องเช่ามีปัญหา

- ผู้เป็นตัวแทนไม่มีอำนาจหรือบริษัทให้บริการเช่าอย่างเป็นทางการ
- อาคารทรุดโทรมเก่าขาดการดูแล
- เสียงตั้งจากผู้อยู่อาศัยร่วมกันเอง
- นิติบุคคลมีทีมงานบริการน้อยไม่เพียงพอ
- ที่จอดรถไม่เพียงพอ

2.3 โอกาส (Opportunity)

- อยู่ในย่านการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า มีห้างสรรพสินค้าและสถานที่ราชการ สถานประกอบการต่างๆ ใกล้เคียงหลายแห่ง
 - ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่นครัวใน
- การประกอบอาหาร

2.4 อุปสรรค (Threat)

- ทางเข้าโครงการมีต้นไม้ขึ้นข้างทางตลอดแนวถนนเข้าโครงการ
- มีโครงการคู่แข่งในพื้นที่หลายโครงการ เช่น โครงการคอนโดมีเนียม โครงการอพาร์ทเมนท์ราคาในระดับเดียวกัน

3. วิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

คู่แข่งที่มีระดับราคาค่าเช่าใกล้เคียงกันภายในย่านดังกล่าวได้แก่โครงการอพาร์ทเมนท์ระดับราคาเดียวกันและโครงการคอนโดมีเนียมดังนี้

ตารางที่ 5.22 โครงการคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงโครงการรัตนโกสินทร์อีสต์แลนด์

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
อุมพินีคอนโด	คอนโดมีเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	9,500-12,000	30-64
มายคอนโด	คอนโดมีเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	7,000-16,000	24 - 55
คอมมอนเวสต์	คอนโดมีเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	8,000-15,000	30-64
ธนาอาทีเรีย	อพาร์ทเมนท์	ตกแต่งทันสมัย	8,800-13,800	30-60
ธีรินทร์แมนชั่น	อพาร์ทเมนท์	ตกแต่งทันสมัย เดินทางสะดวก	7,000-7,500	28-30

4. วิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

นักศึกษาอ่านสนามหลวง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และคนทำงานในสถานประกอบการต่างๆ และธุรกิจส่วนตัว

5. วิเคราะห์จุดขาย (Selling Point)

ภาพลักษณ์การเป็นคอนโดมีเนียมขนาดใหญ่ ความมีชื่อเสียงของโครงการ เงื่อนไขการทำสัญญาไม่เคร่งครัด ใกล้ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษาและย่านการค้าและธุรกิจป็นเกล้า

5.2.6 โครงการคอมมอนเวลธ์คอนโดมีเนียม

1. ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix)

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

โครงการเปิดให้บริการกว่า 7 ปี อาคารสูง 23 ชั้น 2 อาคาร มีห้องพักประมาณ 591 ห้อง เป็นคอนโดมีเนียมที่วางแนวคิดโครงการที่เน้นความหรูหราและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จอดรถได้ประมาณ 300 คัน ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการครบ ห้องพักมีขนาดเริ่มต้นที่ 32 ตารางเมตรขึ้นไป ลักษณะการตกแต่งห้องพักเน้นการใช้สอยครบทุกส่วน สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักปัจจุบันมีความหลากหลาย เนื่องจากเจ้าของห้องพักเป็นผู้ดูแลเอง การจัดห้องสำหรับให้เช่านั้นจึงมีความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน

1.2 ราคา (Price)

การกำหนดราคาเช่ามีความหลากหลาย โดยเจ้าของห้องเป็นผู้กำหนดเอง ผู้ต้องการเช่าสามารถต่อรองราคาได้ และตัวแทนในโครงการเป็นผู้กำหนด โดยราคาเฉลี่ยเริ่มต้นที่ประมาณ 8,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel)

ติดต่อโดยตรงกับเจ้าของห้องหรือตัวแทนรับฝากเช่าอยู่ในโครงการซึ่งดำเนินการในลักษณะบริษัท มีสำนักงานชื่อ ชาย เช่า ภายในโครงการอย่างเป็นทางการ และรับจองทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต

1.4 การส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion or IMC)

ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำการตลาด ผ่านทวิตเตอร์ และป้ายโฆษณาที่โครงการ ซึ่งจัดทำโดยบริษัทตัวแทนรับฝากเช่า

1.5 บุคลากร (People)

ตัวแทนที่เป็นบริษัทรับฝากเช่าเป็นผู้ดูแลและจัดหาทีมงานเพื่อให้บริการ โดยบางส่วนมีการใช้เจ้าหน้าที่ของนิติบุคคลอาคารชุด ช่วยในการดำเนินการ บุคลากรที่ให้บริการส่วนใหญ่จึงเป็นในลักษณะการรับค่าจ้างเป็นครั้งๆ ในแต่ละงาน ไม่มีความผูกพันใดๆ ทั้งสิ้นในการให้บริการ

1.6 ชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Brand)

มีชื่อเสียงในระดับดี เนื่องจากเป็นคอนโดมิเนียมขนาดใหญ่อยู่ติดถนนที่เปิดให้บริการมานาน ได้รับความนิยมจากคนทำงาน นักศึกษาย่านสนามหลวง และชาวต่างชาติบางส่วน

1.7 ทำเล (Place or Location)

โครงการตั้งอยู่บนจรัญสนิทวงศ์ซอย 49 ติดถนนใหญ่ ใกล้สี่แยกจรัญสนิทวงศ์ ใกล้ย่านการค้าและธุรกิจปิ่นเกล้า ห้างสรรพสินค้า เดินทางเข้าออกสะดวกสบายสามารถไปย่านสนามหลวงหรือย่านต่างๆ ได้ด้วยรถโดยสารประจำทางแบบต่อเดียว

2. วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

2.1 จุดแข็ง (Strength)

- โครงการมีชื่อเสียงมีภาพลักษณ์คอนโดมิเนียม ลักษณะอาคารสูงโดดเด่น
- เดินทางเข้าออกสะดวกสบายเนื่องจากติดถนนใหญ่
- ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าย่านการค้าและธุรกิจ
- สัญญาเช่าทำได้ง่ายและมีเช่าระยะสั้น 1 เดือนขึ้นไป
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการครบครัน

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- เก็บค่าใช้จ่ายบางส่วนในการให้บริการหากห้องเช่ามีปัญหา
- บางส่วนของอาคารทรุดโทรมเก่าขาดการดูแล
- เสียงดัง ฝุ่นละอองจากการก่อสร้างแนวรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน
- เฟอรินิเจอร์ภายในห้องมีสภาพเก่า
- ที่จอดรถไม่เพียงพอ

2.3 โอกาส (Opportunity)

- โครงการติดถนนใหญ่ทำให้ผู้สัญจรผ่านไปมารู้จัก
- อยู่ในย่านการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า มีห้างสรรพสินค้าและสถานที่ราชการ สถาน

ประกอบการต่างๆ ใกล้เคียงหลายแห่ง

- ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม

2.4 อุปสรรค (Threat)

- เสี่ยงตั้งและฝุ่นละอองจากการก่อสร้างแนวรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน
- การจราจรติดขัดช่วงเช้าและเย็นทุกวัน
- มีโครงการคู่แข่งในพื้นที่หลายโครงการ เช่น โครงการคอนโดมิเนียม โครงการอพาร์ท

เน้นที่ราคาในระดับเดียวกัน

3. วิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

คู่แข่งที่มีระดับราคาต่ำใกล้เคียงกันในย่านดังกล่าวได้แก่โครงการอพาร์ทเน้นที่ระดับราคาเดียวกันและโครงการคอนโดมิเนียมดังนี้

ตารางที่ 5.23 โครงการคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงโครงการคอมมอนเวลธ์

ชื่อโครงการ	ประเภทโครงการ	จุดเด่นของโครงการ	ราคาเช่า (บาทต่อเดือน)	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
ลุมพินีคอนโด	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	9,500-12,000	30-64
มายคอนโด ปิ่นเกล้า	คอนโดมิเนียม	เดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	7,000-16,000	24 – 55
รัตนโกสินทร์แลนด์	คอนโดมิเนียม	สงบเงียบมีความเป็นส่วนตัว	8,000-15,000	30-65
ธนาธานีเรีย	อพาร์ทเมนท์	ตกแต่งทันสมัย	8,800-13,800	30-60
ธีรินทร์แมนชั่น	อพาร์ทเมนท์	ตกแต่งทันสมัย เดินทางสะดวก	7,000-7,500	28-30

4. วิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

นักศึกษา เจ้าหน้าที่ราชการ ย่านปิ่นเกล้า ย่านสนามหลวง และคนทำงานในสถานประกอบการต่างๆ และธุรกิจส่วนตัว

5. วิเคราะห์จุดขาย (Selling Point)

โครงการตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ ภาพลักษณ์การอยู่คอนโดมิเนียม ความมีชื่อเสียงของโครงการ การเดินทางสะดวกสบาย พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการปรับตัวของอาหารตม้นท์ต่อการให้เข้าห้องชุดพักอาศัยของโครงการคอนโดมิเนียม กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย ดำเนินการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 6 โครงการ แบ่งเป็นอาหารตม้นท์ 3 โครงการและคอนโดมิเนียม 3 โครงการ โดยการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 250 ตัวอย่าง และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารโครงการอาหารตม้นท์และโครงการคอนโดมิเนียมทั้งสิ้น 6 คน ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาด้านสถานภาพ สังคม เศรษฐกิจและลักษณะการอยู่อาศัยของกลุ่มผู้เช่าพักในโครงการอาหารตม้นท์และโครงการคอนโดมิเนียม
2. สรุปผลการศึกษาสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของกลุ่มผู้เช่าพักในโครงการอาหารตม้นท์และโครงการคอนโดมิเนียม
3. สรุปผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารโครงการอาหารตม้นท์และโครงการคอนโดมิเนียม เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของอาหารตม้นท์

สำหรับผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการเสนอแนะการปรับตัวสำหรับผู้ประกอบการอาหารตม้นท์ในปัจจุบัน และผู้สนใจที่จะลงทุนอาหารตม้นท์ราคาระดับปานกลางถึงสูงให้เขาในอนาคตในพื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย โดยมีผลสรุปดังนี้

6.1 สรุปผลการศึกษา

6.1.1 สรุปผลการศึกษาด้านสถานภาพ สังคม เศรษฐกิจและลักษณะการอยู่อาศัย เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

กลุ่มผู้เช่าพักในโครงการอาหารตม้นท์และคอนโดมิเนียมที่ทำการศึกษาในพื้นที่เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อยนั้น ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและคนทำงาน สถานภาพโสด ภูมิลำเนาต่างจังหวัด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นประมาณร้อยละ 46.6 และสูงกว่า 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปคิดเป็นประมาณร้อยละ 53.4 จ่ายค่าเช่าพร้อมค่าน้ำค่าไฟ

ตั้งแต่ 6,500 บาทต่อเดือนขึ้นไปถึงร้อยละ 95.2 มีสถานที่ทำงานในพื้นที่ใกล้เคียงเขตที่เช่าอยู่อาศัย และเป็นลักษณะการเช่าอยู่อาศัยไม่เกิน 2 คน ขนาดห้องพักตั้งแต่ 20 ถึง 35 ตารางเมตร จากลักษณะของกลุ่มผู้เช่าอยู่อาศัยดังกล่าว จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงการ ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับศักยภาพของกลุ่มผู้เช่าพักต่อไป

6.1.2 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ พื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย

โดยผู้ศึกษาได้ทำการสรุปสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ และคอนโดมีเนียม ได้ดังนี้

6.1.2.1 สรุปสภาพปัญหาในระหว่างการเช่าพักอาศัยของผู้เช่าอพาร์ทเมนท์

โดยเรียงระดับความรุนแรงของสภาพปัญหา ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง เมื่อแยกเป็นประเด็นพบว่า มีปัญหาเสียงดังสูงที่สุด โดยทั้ง 3 โครงการ ได้แก่ เสียงจากรถยนต์ที่สัญจรผ่านหน้าโครงการและร้านอาหารบริเวณรอบๆ รองลงมาเป็นปัญหาขาดความสะดวกในการเดินทาง ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อม โดยรอบมีความสุขเสี่ยงจากร้านอาหารและสถานบันเทิงที่เปิดให้บริการรอบๆ โครงการตามลำดับ

2. ปัญหาด้านราคา เมื่อแยกเป็นประเด็นปัญหาพบว่า มีปัญหาของราคาค่าเช่าพักที่สูงไม่เหมาะสมกับสภาพห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกที่โครงการจัดเตรียมไว้สูงสุด รองลงมาเป็นปัญหาด้านค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าและค่าบริการเสริมต่างๆ ที่มีราคาแพงไม่เหมาะสม

3. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ ตัวโครงการ ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อแยกเป็นประเด็นปัญหาพบว่า มีปัญหาแสงสว่างภายในห้องไม่เพียงพอและอากาศไม่ถ่ายเทสูงที่สุด ซึ่งสูงเป็นอันดับแรกใน 2 โครงการ ได้แก่ โครงการ 3เจ.คอร์ตและโครงการสุวรรณิณเพลส โดยปัญหาที่พบนั้นเป็นลักษณะของห้องพักที่ได้รับแสงสว่างน้อยและอากาศไม่ถ่ายเท รองลงมาเป็นปัญหาที่จอร์ดรมีน้อยไม่เพียงพอ ซึ่งเกิดจากพื้นที่ของโครงการที่มีที่จำกัด ปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการไม่เหมาะสม ปัญหาพื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อยไม่เพียงพอต่อการใช้งาน และปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีน้อย ตามลำดับ

4. ปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ พบว่าผู้เช่าพักอาศัยจำนวน 2 ใน 3 ของโครงการที่ทำการศึกษาให้ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ โดยเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงโครงการ 3 เจ.คอร์ต ที่มีระดับความรุนแรงของปัญหาน้อยที่สุด จากการให้ระดับคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถาม

5. ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อแยกเป็นประเด็นปัญหาพบว่า มีปัญหาด้านการให้บริการและแก้ปัญหาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินภายในห้องพักล่าช้ามากที่สุด รองลงมาเป็นปัญหาด้านขาดความเป็นส่วนตัว ปัญหาด้านความปลอดภัยขาดความปลอดภัยในด้านร่างกายและทรัพย์สิน และปัญหาด้านความสะอาดขาดการดูแลที่ไม่ทั่วถึง ตามลำดับ

6. ปัญหาด้านชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ จากการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้เข้าพักจำนวน 2 ใน 3 ของโครงการที่ทำการศึกษาระดับความรุนแรงของปัญหาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงโครงการสุวรรณนิลเพลสที่มีระดับความรุนแรงของปัญหามากที่สุด จากการให้ระดับคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปปัญหาที่พบในอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่ เป็นปัญหาที่เกิดจากทำเลที่ตั้ง โดยตัวโครงการจะอยู่ติดถนนใหญ่จึงมีปัญหาเสียงดังจากรถยนต์ที่สัญจรผ่านหน้าโครงการ และปัญหาเสียงดังจากร้านอาหารและสถานบันเทิงเปิดให้บริการอยู่รอบๆ โครงการ จึงเป็นสาเหตุของการเกิดปัญหาดังกล่าว และนอกจากนี้ยังพบว่าทำเลที่ตั้งบางโครงการมีรถเมลิโดยสารประจำทางผ่านน้อย เช่น โครงการสุวรรณนิลเพลสซึ่งตั้งอยู่บริเวณสะพานพระราม 8 ทำให้ขาดความสะดวกในการเดินทาง เป็นต้น

6.1.2.2 สรุปสภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัยของผู้เข้าพักอาศัยในคอนโดมิเนียม โดยเรียงระดับความรุนแรงของสภาพปัญหา ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ อาคาร ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและภายในโครงการ เมื่อแยกเป็นประเด็นปัญหาพบว่า มีปัญหาด้านขนาดห้องพักมีขนาดเล็กมากที่สุด รองลงมาเป็นปัญหาด้านลักษณะตัวอาคารสภาพเก่าทรุดโทรม ปัญหาเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีสภาพเก่าปัญหาพื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อย และปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีน้อย ตามลำดับ โดยปัญหาดังกล่าวพบว่าพบในโครงการเดียวกันทั้งหมด คือโครงการรัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์

2. ปัญหาด้านราคา เมื่อแยกเป็นประเด็นปัญหาพบว่า มีปัญหาของราคาค่าเช่าพักที่สูง ไม่เหมาะสมกับสภาพห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและภายในโครงการ

มากที่สุด รองลงมาเป็นค่าน้ำค่าไฟฟ้าและค่าบริการเสริมต่างๆ ที่มีราคาแพงไม่เหมาะสม ซึ่งปัญหาดังกล่าวพบว่าจะเกิดขึ้นกับโครงการลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2

3. ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง เมื่อแยกเป็นประเด็นปัญหาพบว่า มีปัญหาด้านมลภาวะทางเสียงภายในและบริเวณรอบๆ โครงการมากที่สุด โดยพบปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาอันแรกของทั้ง 3 โครงการ รองลงมาเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมโดยรอบมีความสุ่มเสี่ยง ปัญหาบรรยากาศไม่เอื้อต่อการพัก และปัญหาขาดความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ โดยปัญหาดังกล่าวพบว่าจะพบในโครงการเดียวกันทั้งหมด คือ โครงการรัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์

4. ปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ พบว่าผู้เช่าพักอาศัยโครงการที่ทำการศึกษาระดับความรุนแรงของปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงโครงการเดียวที่มีระดับความรุนแรงของปัญหามากที่สุด จากการให้ระดับคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถาม

5. ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อแยกเป็นประเด็นปัญหาพบว่า มีปัญหาความสะดวกขาดการดูแลที่ไม่ทั่วถึงสูงที่สุดอันดับแรก รองลงมาเป็นปัญหาด้านความปลอดภัยขาดความปลอดภัยในด้านร่างกายและทรัพย์สิน ปัญหาขาดความเป็นส่วนตัวและปัญหาด้านการให้บริการแก่ปัญหาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินภายในห้องพักล่าช้า ตามลำดับ

6. ปัญหาด้านชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ พบว่าผู้เช่าพักจำนวน 2 ใน 3 ของโครงการที่ทำการศึกษา ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพียงโครงการเดียวที่มีระดับความรุนแรงของปัญหามากที่สุดคือโครงการรัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์ จากการให้ระดับคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปปัญหาที่พบในคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ เป็นปัญหาของคอนโดมิเนียมเก่าที่เปิดให้บริการมานาน ได้แก่ โครงการรัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์ โดยมีปัญหาด้านห้องพักขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางที่ขาดการดูแล และนอกจากนี้ยังพบว่าตัวโครงการตั้งอยู่ในซอยค่อนข้างลึก มีต้นไม้ขึ้นตลอดแนวทางเดินเข้าออก ทำให้รู้สึกขาดความปลอดภัยและขาดความสะดวกในการเดินทางเข้าออกโดยเฉพาะเวลากลางคืน จึงทำให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าออก ด้วยการให้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้างหรือรถแท็กซี่ เป็นต้น

จากผลสรุปข้างต้นสามารถเปรียบเทียบระดับความรุนแรงของสภาพปัญหาดังนี้

ตารางที่ 6.1 แสดงการเปรียบเทียบอันดับความรุนแรงของสภาพปัญหาโครงการอพาร์ทเมนท์และโครงการคอนโดมิเนียม

อันดับความรุนแรงของสภาพปัญหา	โครงการอพาร์ทเมนท์	โครงการคอนโดมิเนียม
1	<p>ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 2.07)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสียงดังจากถนน - เสียงดังจากร้านอาหาร - ขาดความสะดวกในการเดินทาง - สภาพแวดล้อมขาดความปลอดภัย 	<p>ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.07)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ด้านขนาดห้องพักมีขนาดเล็ก - อาคารสภาพเก่าทรุดโทรม - เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีสภาพเก่า - พื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อย - สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีน้อย
2	<p>ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 1.98)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ราคาเช่าพักที่สูงไม่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่โครงการจัดไว้ให้ 	<p>ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 1.80)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ราคาเช่าพักที่สูงไม่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่โครงการจัดไว้ให้
3	<p>ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 1.91)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก - สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ - อากาศไม่ถ่ายเทภายในห้องพักและภายในตัวอาคาร 	<p>ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 1.80)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสียงดังภายในโครงการ - เสียงดังบริเวณรอบๆ - สิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมโดยรอบมีความ шумเสียง - บรรยากาศไม่เอื้อต่อการพัก - ขาดความสะดวกในการเดินทาง
4	<p>ปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.69)</p>	<p>ปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.77)</p>
5	<p>ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.67)</p>	<p>ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.77)</p>
6	<p>ปัญหาด้านชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 1.54)</p>	<p>ปัญหาด้านชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 1.58)</p>

จากตารางที่ 6.2 ผลสรุปของปัญหาระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์และโครงการคอนโดมิเนียมที่ทำการ ศึกษาพบว่า 3 อันดับแรกมีปัญหาที่คล้ายกัน ได้แก่ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง ปัญหาด้านราคาเช่าพักที่ไม่เหมาะสม และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งได้แก่ อาคาร ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในห้องพักและภายในโครงการ โดยปัญหาส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายกัน ได้แก่

ปัญหาด้านเสียงดัง ปัญหาด้านการเดินทาง ปัญหาด้านห้องพักและปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักและในโครงการที่ไม่เหมาะสมกับราคาเช่าพัก ส่วนปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์นั้น พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

6.1.3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนท์ พื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย โดยสรุปผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ข้อมูล และการเก็บข้อมูลที่ได้จากโครงการในแต่ละแห่ง ดังนี้

1. สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโครงการอพาร์ทเมนท์

ตารางที่ 6.2 สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโครงการอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด	อพาร์ทเมนท์		
	ธีรินทร์แมนชั่น	สุวรรณนิลเพลส	3เจ.คอร์ต
- ผลិតภัณฑ์	- ห้องพักทันสมัย เน้นวัสดุคุณภาพ แข็งแรง สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบ - มุ่งเน้นการให้เช่าห้องพัก ไม่มีให้เช่าอุปกรณ์เพิ่ม - นโยบายพักแบบเช่ารายเดือน - มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางเท่าที่จำเป็น	- ห้องพักทันสมัยหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีอุปกรณ์เสริมให้เช่าเพิ่ม - นโยบายเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ให้เช่ารายวัน และรายเดือนที่หรูหราและทันสมัย - มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางเท่าที่จำเป็น	- ห้องพักกระทัดรัด วัสดุที่ใช้ระดับปานกลาง อุปกรณ์ในห้องพักครบครัน - นโยบายเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ราคาประหยัด - เน้นสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางและพื้นที่ส่วนกลาง
- ราคา	- ใช้วิธีการตั้งราคาโดยยึดเกณฑ์ต้นทุนและกำหนดราคาให้สูงกว่ารายอื่นๆ ในย่านเดียวกัน	- ตั้งราคาในระดับสูงกว่าคู่แข่งที่เป็นอพาร์ทเมนท์ในย่านใกล้เคียง และตั้งตามกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้า หมายถึงมีศักยภาพในการให้บริการ	- ตั้งราคาโดยยึดเกณฑ์ต้นทุนและให้สูงกว่าคู่แข่งที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ใช้แนวคิดจ่ายครั้งเดียวไม่ต้องซื้อเครื่องใช้เพิ่มเติม

ปัจจัยส่วนผสม การตลาด	อพาร์ทเมนต์		
	อีริทรีแมนชั่น	สุวรรณนิเพลส	3เจ.คอร์ต
- ช่องทางการจัด จำหน่าย	- ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ โครงการเนื่องจากต้องการ ตรวจสอบประวัติผู้ที่ต้องการ เช่าในขณะที่เยี่ยมชมโครงการ	- ใช้ช่องทางการจัด จำหน่ายที่โครงการหรือ สามารถจองทาง โทรศัพท์หรืออินเตอร์ เน็ตและชำระค่าใช้จ่าย ส่วนเพิ่มในวันเข้าพัก	- ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ โครงการเนื่องจากต้องการ ตรวจสอบประวัติผู้ที่ต้องการ เช่า
- การส่งเสริมทาง การตลาด	- ป้ายอาคาร ทางเข้า - อินเตอร์เน็ต - ให้ส่วนลดสำหรับผู้ติดต่อ สัญญาเช่าในรอบถัดไป - แผ่นพับ โบว์ชัวร์ - การแนะนำหรือการบอกต่อ ของผู้เช่าพัก	- อินเตอร์เน็ต - ใช้แผ่นพับ โบว์ชัวร์ - ป้ายอาคาร	- อินเตอร์เน็ต - การสร้างความสัมพันธ์กับ เจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัย ย่านสนามหลวง - ป้ายอาคาร ทางเข้า - การการใช้แผ่นพับ โบว์ชัวร์ - การให้ส่วนลดค่าเช่า 2 เปอร์เซ็นต์ - การบอกต่อของผู้เช่าพัก
- บุคลากร	- มีกอบรมพนักงานให้มีความ พร้อมในการให้บริการมี ทักษะในการบริการ	- มีกอบรมและเตรียม ความพร้อมของ พนักงานและทักษะใน การบริการ	- มีกอบรมบุคคลากรให้มีความ พร้อมในการปฏิบัติงาน - สร้างแรง จูงใจในการทำงาน โดยใช้เกณฑ์อัตราค่าเช่าพัก มาร่วมในการให้รางวัลโบนัส กลางปี
- ความมีชื่อเสียง หรือตราสินค้า	- มีชื่อเสียงเดิมที่เคยเปิด ให้บริการมากกว่า 10 ปี ทำให้ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นใน โครงการ โดยลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัย ย่านสนามหลวง	- เป็นเจ้าของพื้นที่ มี อาคารพาณิชย์และ อพาร์ทเมนต์ ให้เช่าอยู่ ด้านหลังโครงการอีก จำนวนมาก ทำให้ โครงการเกิดความ น่าเชื่อถือ	- ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม ลูกค้าที่เป็นนักศึกษาย่าน สนามหลวง ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ เข้ามาเช่าพักอาศัย ได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

ปัจจัยส่วนผสม การตลาด	อพาร์ทเมนต์		
	อิริทรแมนชั่น	สุวรรณนิเพลส	3เ.คอร์ต
- ทำเลที่ตั้ง	-เดินทางเข้าออกสะดวกสบาย สามารถเดินทางด้วยรถเมสโดยสารประจำทางต่อเดียวไปยังย่านต่างๆ และอยู่ใกล้แหล่งการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า	-ใกล้แม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นจุดชมวิวที่สำคัญ ใกล้แหล่งสถานที่ราชการสำคัญๆ กรุงเทพมหานครฝั่งพระนคร ได้แก่ธนาคารแห่งประเทศไทย และกระทรวงต่างๆ ย่านถนนราชดำเนิน	-ติดถนนใหญ่ สามารถเดินทางได้สะดวก สบาย ทั้งทางรถยนต์และเรือ หรือแพโดยสาร ใกล้สนามหลวง ย่านศิริราช ย่านปิ่นเกล้า

2. สรุปผลวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โครงการอพาร์ทเมนต์

ตารางที่ 6.3 สรุปผลวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคโครงการอพาร์ทเมนต์

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนโอกาสและ อุปสรรค	อพาร์ทเมนต์		
	อิริทรแมนชั่น	สุวรรณนิเพลส	3เ.คอร์ต
- จุดแข็ง	-อาคารปรับปรุงใหม่ ติดถนนใหญ่ เดินทางเข้าออกสะดวกสบาย มีชื่อเสียง ห้องพักมีคุณภาพดี ไม่มีปัญหาที่จอดรถ ระบบความปลอดภัยสูง บริการช่วยเหลือ 24 ชั่วโมง	-เป็นโครงการใหม่ ออกแบบอาคารและห้องพักทันสมัย ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่มองเห็นได้ชัด ให้บริการรูปแบบเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ให้บริการให้เช่าพักระยะสั้น รายวัน	-เดินทางเข้าออกสะดวก สบาย มีชื่อเสียงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย - มีพื้นที่พักผ่อนส่วนกลาง บริการอาหารเช้าเครื่องดื่ม และความช่วยเหลือและรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ไม่เก็บค่าซ่อมแซม
- จุดอ่อน	-ทางเข้าโครงการแคบ -ป้ายบอกทางเข้าโครงการไม่ชัดเจน -สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางและพื้นที่พักผ่อนส่วนกลางน้อย ไม่มีบริการเช่าที่วี ดูเียน -ไม่รับชาวต่างชาติ -ยังไม่ได้ทำการตลาด	-เนื้อที่โครงการน้อย -ภายในห้องพักแสงสว่างไม่เพียงพอและอากาศไม่ถ่ายเท -ระเบียงพื้นที่แคบ -ราคาเช่าค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง ที่จอดรถไม่เพียงพอ	-ตัวอาคารไม่ทันสมัย -ป้ายทางเข้า ไม่ชัดเจน -ห้องพักมีขนาดเล็กมีกลิ่นอับชื้น -มีความร้อนในตัวอาคาร -อุปสรรคการสื่อสารภาษาอังกฤษ -สัญญาเช่าอินเตอร์เน็ตช้า -ที่จอดรถไม่เพียงพอ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนโอกาสและ อุปสรรค	อาหารตมั่วนั้		
	อิริทรีแม่ณชั้น	สุวรวณินเพลล	3เ.คอรืต
- โอกาส	-อยู่ในทำเลย่านธุรกิจการค้า มองเห็นโครงการได้ชัดเจน เมื่ออยู่บนทางยก ระดับบรม ราชชนนี -ใกล้ห้างสรรพสินค้าใกล้ กระทรวงวัฒนธรรม	-อยู่ในทำเลย่านสถานที่ ท่องเที่ยวสำคัญคือสะพาน พระราม 8 -ใกล้ธนาคารแห่งประเทศไทย ใกล้ท่าเรือด่วน เจ้าพระยา	-อยู่ในทำเลที่ดีใกล้ย่าน การค้าธุรกิจ สถานที่ ราชการแลสถานศึกษา ย่านสนามหลวง ย่านศิริ ราช ติดป้ายรถเมล์ ใกล้ ท่าเรือด่วนเจ้าพระยา
- อุปสรรค	-มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น -โครงการใกล้ทางแยก รด ติดหน้าทางเข้าในเวลา เร่งด่วน -กลับรถไกลหากมาจากทาง สนามหลวง	-มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น -มลภาวะทางเสียงจาก ถนนและร้านอาหาร -การจราจรติดขัด -ใกล้ทางลงสะพานต้องไป กลับรถไกลเพื่อเข้า โครงการ	-มลภาวะสู่มเสียงเวลา กลางคืนจากร้านนวดแผน โบราณ เสียงดังจากถนน - คู่แข่งชันมากขึ้น -กฎหมาย พรบ.พระราม 8 ห้ามทำเช่ารายวัน -กลับรถไกล

3. สรุปผลวิเคราะห์คู่แข่งชัน วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และวิเคราะห์จุดขาย โครงการอาหารตมั่วนั้

ตารางที่ 6.4 สรุปผลวิเคราะห์คู่แข่งชัน วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และวิเคราะห์จุดขาย โครงการอาหารตมั่วนั้

ปัจจัย	อาหารตมั่วนั้		
	อิริทรีแม่ณชั้น	สุวรวณินเพลล	3เ.คอรืต
1. วิเคราะห์คู่แข่งชัน	-มองคู่แข่งชันเป็น ระดับกลางถึงสูง ได้แก่ โครงการคอนโดมีเนียม ลุมพินี มายคอนโด คอมมอนเวลธ์ และ รัตนโกสินโฮล์แลนด สำหรับอาหารตมั่วนั้ ได้แก่ สุวรวณินเพลล	-มองคู่แข่งชันเป็นระดับกลาง ถึงสูง ได้แก่โครงการคอนโดมี เนียม ลุมพินี มายคอนโด คอมมอนเวลธ์ และ รัตนโกสินโฮล์แลนด สำหรับอาหารตมั่วนั้ ได้แก่ ธนาอาที่เรียและ อมรินทรีแม่ณชั้น	-มองคู่แข่งชันเป็นระดับกลาง ถึงสูง ได้แก่โครงการคอนโดมี เนียม ลุมพินี มายคอนโด คอมมอนเวลธ์ และ รัตนโกสินโฮล์แลนด สำหรับอาหารตมั่วนั้ ได้แก่ สุวรวณินเพลล อมรินทรีแม่ณชั้น และ เรื้อนอินทรีคอรืท

ปัจจัย	อพาร์ทเมนต์		
	อิริทรีแมนชั่น	สุวรรณินเพลส	3๑.คอร์ต
2. วิเคราะห์ กลุ่มลูกค้า เป้าหมาย	- นักศึกษามหาวิทยาลัยย่าน สนามหลวง ย่านศิริราช คนทำงานย่านปิ่นเกล้า ธุรกิจ ส่วนตัว และบางส่วนที่อยู่ใน ระหว่างการซื้อคอนโดมีเนียม ย่านปิ่นเกล้า	- พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย องค์การสหประชาชาติ แพทย์โรงพยาบาลศิริราช นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มา ท่องเที่ยวระยะสั้น นักธุรกิจ อาชีพอิสระส่วนตัว	- นักศึกษา เจ้าหน้าที่ ราชการและพนักงาน บริษัท ย่านปิ่นเกล้า ย่านสนามหลวง และ คนทำงานในสถาน ประกอบการต่างๆ
3. วิเคราะห์ จุดขาย	- อยู่ใกล้ถนนใหญ่ ใกล้ ห้างสรรพสินค้า เดินทาง เข้าออก สะดวก - อาคารโดดเด่นมีความน่าเชื่อถือ - ใช้ชื่อเสียงเดิมเป็นจุดขาย เพิ่มเติม	- วิวแม่น้ำเจ้าพระยาและ สะพานพระราม 8 - ให้บริการรูปแบบเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์และมีบริการ เช่าพักระยะสั้น	- ติดถนนใหญ่ เดินทาง สะดวกสบาย พื้นที่ ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มี การให้บริการ 24 ชั่วโมง ชื่อเสียงดีกับกลุ่มผู้เช่าที่ เป็นนักศึกษาย่าน สนามหลวง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6.1.2.2 สรุปปัจจัยส่วนผสมการตลาด วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค
วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย วิเคราะห์คู่แข่งชั้น และวิเคราะห์จุดขาย ของโครงการคอนโดมิเนียม

1. สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโครงการคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 6.5 สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโครงการคอนโดมิเนียม

ปัจจัยส่วนผสม การตลาด	คอนโดมิเนียม		
	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	รัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์	คอมมอนเวลธ์
- ผลิตภัณฑ์	-แนวคิดห้องพักให้มีการใช้ สอยอย่างคุ้มค่าทุกตารางเมตร ติดตั้งอุปกรณ์เครื่องเรือน เครื่องใช้มาตรฐานไว้รองรับ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนกลางครบครัน ขนาดห้อง เริ่มต้นตั้งแต่ 30 ตารางเมตร ขึ้นไป สิ่งอำนวยความสะดวก ในห้องพักขึ้นอยู่กับเจ้าของ ห้องจัดเตรียมไว้	-เป็นโครงการเก่า ตั้งอยู่ใน ซอยลึก 150 เมตรจากถนน ใหญ่ แนวคิดโครงการ หรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกครบครัน ปัจจุบันใช้ งานได้เฉพาะบางส่วน ขนาดห้องเริ่มต้นตั้งแต่ 30 ตารางเมตรขึ้นไป สิ่ง อำนวยความสะดวกใน ห้องพักขึ้นอยู่กับเจ้าของ ห้องจัดเตรียมไว้	-เป็นโครงการเก่า แนวคิดเน้นความหรูหรา และสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกครบครัน ตั้งอยู่ ติดถนนใหญ่ ห้องพักมี ขนาดเริ่มต้นที่ 32 ตาราง เมตรขึ้นไปสิ่งอำนวย ความสะดวกในห้องพัก ขึ้นอยู่กับเจ้าของห้อง จัดเตรียมไว้
- ราคา	-การตั้งราคาโดยมีการกำหนด ราคากลาง ซึ่งเป็นการกำหนด จากอัตราค่าตอบแทนจาก การลงทุนของผู้ที่เป็นเจ้าของ ห้อง โดยมีราคาสำหรับห้อง เล็กสุดประมาณ 9,500 บาท ต่อเดือนขึ้นไป	-การกำหนดราคาเช่ามี ความหลากหลาย โดย เจ้าของห้องเป็นผู้กำหนดผู้ ต้องการเช่าสามารถต่อรอง ราคาได้ โดยราคาเฉลี่ย เริ่มต้นที่ประมาณ 8,000 บาทต่อเดือน	-การกำหนดราคาเช่ามี ความหลากหลาย โดย เจ้าของห้องเป็นผู้ กำหนดเอง และตัวแทน ผู้กำหนด โดยราคาเฉลี่ย เริ่มต้นที่ประมาณ 8,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป
- ช่องทางการจัด จำหน่าย	-ปัจจุบันใช้ช่องทางการจัดจำ หน่ายเพียงช่องทางเดียวคือ ที่โครงการ	-เจ้าของห้อง -ตัวแทนรับฝากเช่ารับจอง ทางโทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต	-เจ้าของห้อง -ตัวแทนรับฝากเช่าที่ สำนักงานชื่อ ชาย เช่า ภายในโครงการ และรับ จองทางโทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต

ปัจจัยส่วนผสม การตลาด	คอนโดมีเนียม		
	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	รัตนโกสินทร์ไอส์แลนด์	คอมมอนเวลธ์
- การส่งเสริม ทางการตลาด	- อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้าย โฆษณาที่หน้าโครงการ และ เจ้าของห้องเป็นผู้โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	- อินเทอร์เน็ต ตัวแทนจาก ภายนอก เช่นบริษัททัวร์ ต่างๆ ย่านถนนข้าวสาร เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัย ย่านสนามหลวง ให้ค่า คอมมิชชั่นสำหรับผู้แนะนำ และเจ้าของห้องเป็นผู้ โฆษณาและประชาสัมพันธ์	- อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณาที่หน้า โครงการ และเจ้าของ ห้องเป็นผู้โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์
- บุคลากร	- มีการฝึกอบรมบุคลากรให้มี ความพร้อมในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยได้รับความ สะดวกสบาย	- ตัวแทนรับฝากเช่าเป็น ผู้ดูแลและจัดหาทีมงาน เพื่อให้บริการโดยบางส่วน มีการใช้เจ้าหน้าที่ของนิติ บุคคลอาคารชุด การ ให้บริการส่วนใหญ่จึงเป็น ในลักษณะจ้างเป็นครั้งๆ ไม่มีความผูกพันใดๆ ทั้งสิ้น	- ตัวแทนรับฝากเช่าเป็น ผู้ดูแลและจัดหาทีมงาน เพื่อให้บริการโดยบาง ส่วนมีการใช้เจ้าหน้าที่ ของนิติบุคคลอาคารชุด บริการส่วนใหญ่จึงเป็น ในลักษณะการรับค่าจ้าง เป็นครั้งๆ ไม่มีความ ผูกพันใดๆ ทั้งสิ้น
- ช่องทางการจัด จำหน่าย	- ปัจจุบันใช้ช่องทางการจัดจำ หน่ายเพียงช่องทางเดียวคือ ที่โครงการ	- เจ้าของห้องตัวแทนรับ ฝากเช่ารับจองทาง โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	- เจ้าของห้องหรือตัวแทน รับฝากเช่าที่สำนักงาน ชื่อ นาย เช่า ภายใน โครงการ และรับจองทาง โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต
- ความมีชื่อเสียง หรือตราสินค้า	- มีชื่อเสียงของคอนโดมีเนียมที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ ครัน ภายใต้แนวการจัดการ "ชุมชนน่าอยู่"	- ชื่อเสียงดีระดับดี เปิด ให้บริการมานาน ได้รับ ความนิยมจากผู้เช่า ชาวต่างชาติที่มาทำงาน ท่องเที่ยว ศึกษา ซึ่งส่วน ใหญ่เป็นลักษณะการ แนะนำบอกต่อ และจาก อินเทอร์เน็ต	- คอนโดมีเนียมขนาด ใหญ่อยู่ติดถนนที่เปิด ให้บริการมานาน ได้รับ ความนิยมจาก คนทำงาน นักศึกษาย่าน สนามหลวง และ ชาวต่างชาติบางส่วน

ปัจจัยส่วนผสม การตลาด	คอนโดมีเนียม		
	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	รัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์	คอมมอนเวลธ์
- ทำเลที่ตั้ง	-ตั้งอยู่ในย่านการค้าและธุรกิจ ปิ่นเกล้า ใกล้ห้าง สรรพสินค้า เซ็นทรัลปิ่นเกล้าและกระทรวง วัฒนธรรม ติดถนนใหญ่ใกล้ ป้ายรถเมล์โดยสารประจำทาง สามารถเดินเข้าออก สะดวกสบาย	-ตั้งอยู่ในย่านการค้าและ ธุรกิจปิ่นเกล้า ใกล้ ห้างสรรพสินค้า โครงการ ตั้งอยู่ในซอยค่อนข้างลึก จากถนนหลักประมาณ 150 เมตร ขาดความ สะดวกในการเดินทาง เข้า ออกโครงการ โดยเฉพาะ เวลากลางคืน	-ใกล้สี่แยกจรัญสนิทวงศ์ ใกล้ย่านการค้าและ ธุรกิจปิ่นเกล้า ห้างสรรพสินค้า เดิน ทางเข้า ออกสะดวก สบายติดถนนใหญ่ใกล้ ป้ายรถเมล์โดยสาร ประจำทาง

2. สรุปผลวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โครงการคอนโดมีเนียม

ตารางที่ 6.6 สรุปผลวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคโครงการคอนโดมีเนียม

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรค	คอนโดมีเนียม		
	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	รัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์	คอมมอนเวลธ์
- จุดแข็ง	-การเดินทางเข้าออก สะดวก สบาย มีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ดี -ใกล้ห้างสรรพสินค้าสิ่ง อำนวยความสะดวก ภายในห้องพักและภายใน โครงการครบครัน -พนักงานเอาใจใส่ในการ ให้บริการ -ระบบความปลอดภัยสูง	-ลักษณะอาคารสูงโดดเด่น ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า ย่านการค้าและธุรกิจ -โครงการเจียบสงบมีความ เป็นส่วนตัว กฎระเบียบไม่ เคร่งครัด -สัญญาเช่าทำได้ง่าย โดยเฉพาะชาวต่างชาติ และมีเช่าระยะสั้น 1 เดือน	-เดินทางเข้าออกสะดวก สบาย มีชื่อเสียงภาพ ลักษณ์คอนโดมีเนียม -สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในโครงการครบครัน -สัญญาเช่าทำได้ง่ายและมี เช่าระยะสั้น 1 เดือน

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรค	คอนโดมีเนียม		
	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า 2	รัตนโกสินทร์ไฮส์แลนด์	คอมมอนเวลท์
- จุดอ่อน	- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอบางช่วงเวลา เช่น ฟิตเนสและชาน้ำ - ไม่มีสัญญาณเช่าระยะสั้น - เก็บค่าใช้จ่ายบางส่วนในการให้บริการหากห้องเช่ามีปัญหา	- สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการไม่พร้อม อาคารเก่าทรุดโทรมเก่า - ไม่มีสำนักงานให้บริการเช่าอย่างเป็นทางการ - เก็บค่าใช้จ่ายบางส่วนในการให้บริการ มีเสียงดังจากผู้อยู่อาศัยร่วมห้องอื่นที่จอดรถไม่เพียงพอ	- บางส่วนของอาคารทรุดโทรมเก่าขาดการดูแล - เสียงดัง ฝุ่นละอองจากการก่อสร้างแนวรถไฟฟ้า สายสีน้ำเงินเฟอรินิเจอร์ - ภายในห้องมีสภาพเก่า - ที่จอดรถไม่เพียงพอ - เก็บค่าใช้จ่ายบางส่วนในการให้บริการหากห้องเช่ามีปัญหา
- โอกาส	- โครงการติดถนนใหญ่ทำให้ผู้สัญจรผ่านไปมารู้จัก - อยู่ในย่านการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า - ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพเพิ่มเติม	- อยู่ในย่านการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า - ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมที่ครบครัน	- ติดถนนใหญ่ทำให้ผู้สัญจรผ่านไปมารู้จัก ใกล้ย่านการค้าและธุรกิจย่านปิ่นเกล้า และสถานที่ราชการ สถานประกอบ การต่างๆ - ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีเพิ่มเติม
- อุปสรรค	- เสียงดังรบกวนจากร้านอาหารข้างโครงการ - มีโครงการคู่แข่งชั้นในพื้นที่หลายโครงการ	- บรรยากาศฝุ่นเสียงทางเข้าโครงการมีต้นไม้ขึ้นข้างทางตลอดแนวถนน - มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าโครงการ - มีโครงการคู่แข่ง ชั้นในพื้นที่หลายโครงการ	- เสียงดังและฝุ่นละอองจากการก่อสร้างแนวรถไฟฟ้า สายสีน้ำเงิน - การจราจรติดขัดช่วงเช้าและเย็นทุกวัน - มีคู่แข่งชั้นในพื้นที่หลายโครงการ

3. สรุปผลวิเคราะห์คู่แข่งชั้น วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และวิเคราะห์จุดขาย
โครงการคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 6.7 สรุปผลวิเคราะห์คู่แข่งชั้น วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และวิเคราะห์จุดขาย
โครงการคอนโดมิเนียม

ปัจจัย	คอนโดมิเนียม		
	ลุมพินีเพลส ปิ่นเกล้า2	รัตนโกสินทร์โฮสเทลแลนด์	คอมมอนเวลธ์
1. วิเคราะห์คู่แข่งชั้น	-มองคู่แข่งชั้นเป็นโครงการคอนโดมิเนียมอื่นในย่านเดียวกัน เช่น โครงการลุมพินีคอนโด มายคอนโด คอมมอนเวลธ์ และโครงการอพาร์ทเมนต์ราคาสูงในพื้นที่ เช่น ธนาอาทีเรีย อิรินทร์แมนชั่น	-มองคู่แข่งชั้นเป็นโครงการคอนโดมิเนียมอื่นในย่านเดียวกัน เช่น โครงการลุมพินีคอนโด มายคอนโด คอมมอนเวลธ์ ธนาอาทีเรีย อิรินทร์แมนชั่น สุวรรณินเพลส	-มองคู่แข่งชั้นเป็นโครงการคอนโดมิเนียมอื่นในย่านเดียวกัน เช่น โครงการลุมพินีคอนโด มายคอนโด คอมมอนเวลธ์ และโครงการอพาร์ทเมนต์ ได้แก่ ธนาอาทีเรีย อิรินทร์แมนชั่น สุวรรณินเพลส
2. วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-เป้าหมายหลัก ได้แก่ คนทำงาน และนักศึกษา -เป้าหมายรอง ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ เจ้าหน้าที่ราชการ ย่านปิ่นเกล้า ย่านสนามหลวง และอื่นๆ	-เป้าหมายหลัก ได้แก่ คนทำงานในสถานประกอบการต่างๆ และนักศึกษาย่านสนามหลวง -เป้าหมายรอง ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระและอื่นๆ	-เป้าหมายหลัก ได้แก่ นักศึกษาและคนทำงานในสถานประกอบการต่างๆ -เป้าหมายรอง ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว เจ้าหน้าที่ราชการรับจ้างและอื่นๆ
3. วิเคราะห์จุดขาย	-ภาพลักษณ์การเป็นคอนโดมิเนียมความมีชื่อเสียงของโครงการ ใกล้ห้างสรรพสินค้า เดินทางสะดวกสบาย พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกครบ ให้บริการ 24 ชั่วโมง ระบบความปลอดภัยสูง	-ภาพลักษณ์การเป็นคอนโดมิเนียมสูงขนาดใหญ่ ความมีชื่อเสียงของโครงการ เงื่อนไขการทำสัญญาเช่าไม่เคร่งครัด ไม่มีการคัดเลือกผู้เช่า ใกล้ห้างสรรพสินค้าและย่านการค้าธุรกิจปิ่นเกล้า	-โครงการตั้งอยู่ริมถนนใหญ่มองเห็นชัดเจน ภาพลักษณ์การอยู่คอนโดมิเนียมเดินทางเข้าออกสะดวกสบาย พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกครบ

จากบทสรุปที่แสดงไว้ข้างต้น ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ดูแลโครงการ การวิเคราะห์และการเก็บข้อมูลโครงการในประเด็นต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาหารตมัทและคอนโดมีเนียม เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแนวทางในการปรับตัวของอาหารตมัทในครั้งนี ได้ดังนี้

1. ควรปรับตัวด้านกายภาพ (Physical) ดังนี้

1.1 ด้านทำเลที่ตั้ง (Place or Location) ซึ่งเกิดจากลักษณะตำแหน่งที่ตั้งของโครงการที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ได้แก่

1.1.1 ปัญหาเสียงรบกวนที่ส่งผลกระทบต่อหน้าโครงการ และร้านอาหารบริเวณรอบๆ

1.1.2 ปัญหาแสงจากดวงอาทิตย์ที่ส่องเข้าตัวอาคารมากและน้อยเกินไป

1.1.3 ปัญหาด้านการจราจร การเดินทางเข้าออกตัวโครงการ ช่วงเวลาที่มีการจราจรหนาแน่นเนื่องจากโครงการใกล้ทางแยก ทางขึ้นลงสะพาน และรวมถึงระยะทางในการกลับรถ

1.1.4 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมมีความสุ่มเสี่ยง ซึ่งพบว่ามีสถานบันเทิงอยู่บริเวณรอบๆ โครงการ

1.1.5 ปัญหาด้านขาดความสะดวกในการเดินทาง โดยพบเพียงโครงการเดียวที่มีรถโดยสารประจำทางผ่านน้อยสาย

1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ อาคารและห้องพักซึ่งมีอากาศที่ไม่ถ่ายเท ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเช่นตู้เก็บของ มุมครัวเล็กๆ ที่วีและตู้เย็น ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ เช่น พื้นที่จอดรถยนต์ การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง ห้องฟิตเนส พื้นที่พักผ่อนส่วนกลาง และสวนหย่อม ให้มีความเหมาะสมกับราคาเช่าพัก

2. ควรปรับตัวด้านราคา (Price)

โดยการตั้งราคาเช่าพักให้มีความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักภายในโครงการและศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ให้สอดคล้องกับความสามารถในการจ่ายของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจากผลการวิจัยจากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มผู้เช่าพักจะจ่ายค่าเช่าพักรวมค่าน้ำค่าไฟฟ้าประมาณ 6,500 ถึง 8,500 บาทต่อเดือน และเป็นการเช่าพักระยะยาว

3. ควรปรับตัวด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion or IMC)

โดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง ซึ่งได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยต่างๆ ย่านใกล้เคียง คนทำงานในพื้นที่เขตพระนคร เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย นอกจากนี้ยังพบว่ามีการแนะนำต่อจากคนรู้จักซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักในปัจจุบันหรือที่เคยเข้าพักมาก่อน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ และป้ายบอกทางเข้าโครงการให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

4. ควรปรับตัวด้านการบริการและพนักงานที่ให้บริการ (Process and People)

การวางระบบการให้บริการที่ตอบสนองอย่างรวดเร็วเช่น การแก้ปัญหาต่างๆ ระหว่างการเข้าพัก และการฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการให้บริการของแต่ละฝ่าย ซึ่งบุคลากรถือว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญนอกเหนือจากการให้บริการการเข้าพักแล้ว ยังสามารถช่วยสร้างความพึงพอใจและสร้างจุดขาย ให้กับโครงการได้อีกทาง

5. ควรปรับตัวด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

ผลจากการศึกษาด้านสังคม เศรษฐกิจ และการอยู่อาศัย พบว่ากลุ่มผู้เข้าพักในอพาร์ทเมนต์ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและคนทำงานมีระดับรายได้เฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มผู้เข้าพักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียม ดังนั้นการกำหนดราคาค่าเช่าพักและลักษณะห้องพักที่เหมาะสมกับความสามารถในการจ่ายค่าเช่าพักนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

6.2 อภิปรายผลการศึกษา

ในการวิจัยในครั้งนี้ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ทั้งรูปแบบการตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ชุดและการสัมภาษณ์ โดยทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมอย่างละ 3 คน รวม 6 คน ซึ่งพบประเด็นที่น่าสนใจในการอภิปรายในครั้งนี้ ดังนี้

6.2.1 ด้านสภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัยของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์พื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย

โดยพบสภาพปัญหาในระหว่างการเข้าพักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามในอพาร์ทเมนต์ดังนี้

1. ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง โดยแยกเป็นประเด็นปัญหาดังนี้

1.1 เป็นปัญหาด้านมลภาวะทางเสียงภายในและบริเวณรอบๆ โครงการมากที่สุด ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาอันแรกของทั้ง 3 โครงการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการ ศึกษาของ Abernethy (1970) ได้ศึกษาถึงลักษณะที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต และสุนทรีย์ ศิลพิพัฒน์ (2519) ได้ศึกษาถึงพื้นฐานความต้องการด้านจิตวิทยาทางสังคมของมนุษย์ โดยพบ การศึกษาว่า ที่อยู่อาศัยที่มีความเหมาะสมจะต้องมีลักษณะที่เหมาะสมต่อทางด้านร่างกายและ จิตใจ ซึ่งได้แก่ แสงสว่าง กลิ่น เสียง และความเป็นส่วนตัว โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นเสียงที่ เกิดจากการสัญจรของรถยนต์เนื่องจากโครงการตั้งอยู่ใกล้ถนนใหญ่ นอกจากนี้ยังพบว่า มีปัญหาที่ เกิดจากร้านอาหารรอบๆ โครงการ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการ อยู่อาศัยในโครงการดังกล่าว

1.2 ปัญหาด้านขาดความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้าน ระยะทางในการเดินทางและการเลือกที่อยู่อาศัยของ Brain and Frank (1970) ได้ศึกษาการ เดินทางไปทำงาน พบว่าที่ตั้งของที่พักอาศัยที่ดีควรตั้งอยู่ในเส้นทางที่คมนาคมสะดวก เช่น ใกล้ เส้นทางหลักหรือถนนหลักหรืออยู่ในแนวบริการระบบขนส่งสาธารณะ และสอดคล้องกับ นันทิ วัฒน์ พงษ์เจริญ(2535) และ วิเชียร วรรณะพานูณ(2536) ซึ่งพบว่าที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมนั้น จะต้องใกล้แหล่งงานและสามารถเดินทางได้สะดวกสบาย และจากการตอบแบบสอบถามของผู้ เช่าพักอาศัยและการเก็บข้อมูลโครงการ พบว่าโครงการสุวรรณนิเพลสเป็นโครงการที่ขาดความ สะดวกในการเดินทางสูงสุด โดยโครงการดังกล่าวตั้งอยู่ในเส้นทางที่มีการเดินรถน้อยและยังอยู่ ใกล้บริเวณทางลงสะพานพระราม 8 ทำให้ไม่สามารถเข้าโครงการได้ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุทำให้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการอยู่อาศัยในโครงการดังกล่าว

2. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ แยกเป็นประเด็นปัญหาต่างๆ ดังนี้

2.1 ปัญหาแสงสว่างภายในห้องไม่เพียงพออากาศไม่ถ่ายเทโดยพบในโครงการ 3เจ.คอร์ตและสุวรรณนิเพลส ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารอง Abernethy (1970) ได้ศึกษาถึง ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต และสุนทรีย์ ศิลพิพัฒน์ (2519) ได้ศึกษาถึง พื้นฐานความต้องการด้านจิตวิทยาทางสังคมของมนุษย์ โดยพบการศึกษาว่า ที่อยู่อาศัยที่มีความ เหมาะสมจะต้องมีลักษณะที่เหมาะสมต่อทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งได้แก่ แสงสว่าง กลิ่น เสียง และความเป็นส่วนตัว โดยปัญหาที่พบนั้นเป็นลักษณะของห้องที่ ได้รับแสงสว่างจากดวงอาทิตย์ น้อยและไม่ได้ติดตั้งระบบการหมุนเวียนอากาศ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดปัญหาดังกล่าว

2.2 ปัญหาด้านที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอ ปัญหาด้านปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่น้อยเกินไป เช่น ปัญหาพื้นที่พักผ่อนส่วนกลางไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลโครงการ โดยโครงการอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่จะถูกสร้างบนเนื้อที่ดั้งเดิมของเจ้าของโครงการมีพื้นที่น้อยค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่สามารถสร้างที่จอดรถและพื้นที่พักผ่อนส่วนกลาง และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลี แซ่ตั้ง (2552) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการอพาร์ทเมนท์ระดับราคาสูงในเมืองสมุทรสาคร กรณีศึกษาอพาร์ทเมนท์ AAA พบว่าโครงการมีที่จอดรถไม่เพียงพอ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาของอพาร์ทเมนท์เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านพื้นที่โครงการ

3. ปัญหาด้านราคา พบว่ามีปัญหาของราคาค่าเช่าพักที่สูง ไม่เหมาะสมกับสภาพของห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องและภายในโครงการสูงสุด รองลงมาเป็นค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าและค่าบริการเสริมต่างๆ ที่มีราคาแพง ซึ่งจากการตอบแบบสอบถาม พบว่า โครงการอพาร์ทเมนท์ที่มีราคาปานกลางถึงสูงจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในโครงการที่น้อยกว่าโครงการคอนโดมิเนียม เช่น สระว่ายน้ำน้ำ พื้นที่จอดรถยนต์ สวนหย่อม เป็นต้น จึงอาจเป็นสาเหตุให้ผู้เช่ารู้สึกถึงความไม่คุ้มค่าของเงินค่าเช่าที่ได้จ่ายไป และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลี แซ่ตั้ง (2552) พบว่ามีปัญหาราคาหน่วยค่าไฟฟ้าที่มีราคาแพงเช่นกัน ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวได้มีการแก้ปัญหาโดยการอธิบายถึงเหตุผลและความสำคัญในการตั้งราคาค่าบริการดังกล่าว ให้กับผู้เช่าพักได้รับทราบถึงส่วนเกินที่สูงกว่าผู้ให้บริการรายอื่นๆ เช่นการนำไปชดเชยเป็นค่าบริการส่วนกลาง และงานวิจัยของ ศิริชัย ไชยชนะ(2545) พบว่าผู้เช่าบางกลุ่มมีศักยภาพในการจ่ายค่าเช่าในระดับราคาสูงและมีบางกลุ่มที่มีปัญหาด้านราคาค่าเช่าพักที่สูง โดยจะย้ายไปยังอพาร์ทเมนท์ที่มีราคาค่าเช่าที่ถูกกว่า เป็นต้น

6.2.2 ด้านแนวทางการปรับตัวของอพาร์ทเมนท์ พื้นที่เขตบางพลัด เขตบางกอกน้อย

จากผลการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์และการเก็บข้อมูลโครงการ สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ด้านกายภาพ (Physical)

1.1 ทำเลที่ตั้ง (Place or Location)

ผลการศึกษาจากการตอบแบบสอบถามของผู้เช่าพักอาศัยและการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการและผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด พบว่าส่วนใหญ่อพาร์ทเมนท์

จะเป็นการสร้างบนที่ดินที่มีอยู่เดิมของเจ้าของโครงการ ลักษณะโครงการติดถนนใหญ่เดินทางเข้าออกสะดวกสบาย หรือใกล้สถานประกอบการต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจโครงการกรณีศึกษาทั้ง 3 แห่ง และงานวิจัยของมาลี แซ่ตั้ง (2552 : 69) ซึ่งพบว่าโครงการดังกล่าวได้สร้างบนที่ดินเดิมของเจ้าของโครงการ และสอดคล้องกับผลสำรวจจากการตอบแบบสอบถามของลูกค้ายุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบว่าปัญหาด้านเสียงเป็นปัญหาที่มีระดับความรุนแรงสูงสุด ด้วยสาเหตุของทำเลที่อยู่ติดถนนใหญ่ จึงเป็นผลให้ได้รับผลกระทบจาก ปัญหาของเสียงจากรถยนต์ที่สัญจรผ่านไปมา และเสียงจากถนนร้านอาหารบริเวณรอบๆ โครงการ และนอกจากนี้ยังพบว่ามีปัญหาด้านสภาพแวดล้อมที่สู่มเสียง ปัญหาด้านแสงสว่างจากธรรมชาติที่ไม่เพียงพอ และปัญหาแสงแดดที่ส่องเข้าตัวอาคารและห้องพักที่มากเกินไป และรวมถึงปัญหาด้านการจราจรที่มีความหนาแน่น และขาดความสะดวกในการเดินทางเข้าออกโครงการ ตามลำดับ

1.2 ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งได้แก่ อาคาร ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในห้องพักและภายในโครงการ

ผลการศึกษาจากการตอบแบบสอบถามของผู้เช่าพักอาศัยและการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการและผลการวิเคราะห์ พบว่า มีปัญหาด้านระบบระบายอากาศภายในตัวอาคารที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดกลิ่นอับชื้นและการถ่ายเทอากาศได้น้อย ทั้งในห้องพักและทางเดินในตัวอาคาร ซึ่งจากผลการเก็บข้อมูลโครงการพบว่าไม่มีระบบระบายอากาศตามช่องทางเดินเป็นเพียงการเปิดช่องหน้าต่างไว้ ส่วนห้องพักพบว่าบางโครงการอากาศไม่ถ่ายเทสาเหตุจากมีอาคารอื่นตั้งอยู่ใกล้ทำให้ไม่มีแสงเข้าตัวอาคารและอากาศไม่ถ่ายเท ซึ่งสอดคล้องจากผลสำรวจจากการตอบแบบสอบถามซึ่งพบว่าเป็นปัญหาอันดับรองลงมาของปัญหารวมทั้งหมด นอกจากนี้ยังพบว่าควรปรับปรุงด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในห้องพักและภายในโครงการ จะต้องปรับปรุงหรือเพิ่มเติมให้มีความเหมาะสม ซึ่งผลจากการตอบแบบสอบถามพบว่า ที่จอดรถ พื้นที่พักผ่อนส่วนกลาง ฟิตเนส ชาวน่า คอนข้างมีความจำเป็นกับกลุ่มผู้เช่าที่มีความสามารถในการจ่ายค่าเช่าระดับนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติา สุนทรยางกุล (2550) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า กรณีศึกษาบริเวณถนนอ่อนนุช พบว่ากลุ่มผู้เช่ามีความต้องการและยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อให้ได้รับการจากผู้ให้บริการในรายการดังกล่าว และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลี แซ่ตั้ง (2552: 152) ซึ่งพบว่าผู้เช่าที่มีรายได้สูงต้องการที่จอดรถยนต์และเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยในการตัดสินใจเช่า

2. ด้านราคา (Price)

จากผลการศึกษาและผลการวิเคราะห์ พบว่าการตั้งราคาค่าเช่าพัก และราคาค่าบริการเสริมต่างๆ ที่มีความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ในโครงการและศักยภาพของทำเลที่ตั้ง สอดคล้องกับความสามารถในการจ่ายและความพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากเป็นการเช่าระยะเวลานาน และผลที่ได้จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มผู้เช่าได้ให้ระดับความสำคัญของปัญหาในอันดับที่ 7 และ 8 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของ มาลี แซ่ตั้ง (2552: 153) พบว่าราคาเป็นปัญหาอันดับที่ 2 ของการเช่าพักอาศัยของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ราคาในระดับสูงในจังหวัดสมุทรสาคร และผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เช่าพักอาศัยในโครงการคอนโดมิเนียมพบว่า ปัญหาด้านราคาค่าเช่าเมื่อเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกที่โครงการจัดไว้ให้อยู่ในอันดับที่ 10 ซึ่งถือว่ามีค่าใกล้เคียงกัน สาเหตุอาจเนื่องจากโครงการที่ทำการศึกษาคือโครงการเก่าที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบ จึงทำให้เห็นว่ามีค่าแตกต่างกันน้อย และมีความรุนแรงของปัญหาในระดับใกล้เคียงกัน

3. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลการศึกษาจากการตอบแบบสอบถามของผู้เช่าพักอาศัยและการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการและผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจุบันพบว่าการตั้งป้ายโฆษณาที่หน้าโครงการหรือตัวอาคาร การใช้แผ่นพับโบว์ลัวร์ โดยเป็นการแจกที่ตัวโครงการขณะชมโครงการ และการใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต และการให้ส่วนลดค่าเช่าเมื่อจ่ายก่อนวันครบกำหนด รวมถึงการบอกต่อของกลุ่มผู้เช่าด้วยกันเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มผู้เช่าพักรู้จักโครงการจากการแนะนำจากคนรู้จักมากที่สุดถึงร้อยละ 53.8 และจากอินเทอร์เน็ตถึงร้อยละ 20 และจากป้ายโฆษณาบนอาคารร้อยละ 15.8 ตามลำดับ โดยการส่งเสริมทางการตลาดนั้น จะต้องมุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง ซึ่งได้แก่กลุ่มนักศึกษาในสถาบันการศึกษาต่างๆ ในย่านใกล้เคียง รวมถึงพนักงานในบริษัทเอกชนและเจ้าหน้าที่ข้าราชการต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target group) ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ซึ่งได้ให้คำจำกัดความด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ว่าเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

4. ด้านพนักงานที่ให้บริการและกระบวนการบริการ (People and Process)

จากผลการศึกษาและผลการวิเคราะห์ พบว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในธุรกิจบริการ นอกเหนือจากการให้บริการให้เข้าห้องพักแล้วพนักงานที่ให้บริการและกระบวนการบริการ ยังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจในระหว่างการเข้าพักได้เป็นอย่างดี โดยจากผลการตอบแบบสอบถามทั้งกลุ่มอาหารดีมีเนียมและคอนโดมีเนียมได้ให้ระดับรุนแรงของสภาพปัญหาที่ใกล้เคียงกันซึ่งอยู่ในอันดับท้ายๆ ของปัญหา สำหรับผลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์โครงการนั้นพบว่า ทุกโครงการมีการให้บริการคล้ายกันส่วนใหญ่มีการแจ้งเงื่อนไขการให้บริการให้กับผู้เข้าพักทราบ และนอกจากนี้ยังพบว่าทุกโครงการยังได้เตรียมความพร้อมของทีมงานไว้คอยให้บริการเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิรุตมิ ธนวิษเพียรภากร (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นราคาประหยัด กรณีศึกษาพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา พบว่าควรมีการฝึกอบรมและประเมินผลงานพนักงานอยู่เสมอเพื่อมีความพร้อมในการให้บริการ และงานวิจัยของของ มาลี แซ่ตั้ง (2552: 153) พบว่าปัจจัยด้านผู้จัดการและพนักงานที่ให้บริการที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วนั้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเข้าได้เป็นอย่างดี

6.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องแนวทางการปรับตัวของอาหารดีมีเนียมต่อการให้เข้าห้องชุดพักอาศัยของคอนโดมีเนียม กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัดเขตบางกอกน้อย โดยมีข้อเสนอแนะในการปรับตัวในประเด็นต่างๆ ดังนี้

6.3.1 ผู้ประกอบการในปัจจุบัน

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ อาคาร ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและภายในโครงการต่างๆ

1.1 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักส่วนเพิ่ม

ผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นอาหารดีมีเนียมราคาสูง ควรมีการติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเข้าไปในห้องพัก เนื่องจากสิ่งที่ผู้เช่าคาดหวังคือความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความทันสมัย เช่น ทีวี ตู้เย็น ส้วมอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง มุมครัวและตู้เก็บของ ซึ่งปัจจุบันแต่ละโครงการมีการจัดเตรียมไว้ไม่เหมือนกัน เป็นค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่ม จึงทำให้ผู้เช่า

พักมองว่าเมื่อรวมทุกรายการแล้วมีราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นเจ้าของโครงการควรมีการทบทวนด้านการลงทุนส่วนเพิ่ม เพื่อสร้างความพึงพอใจพอใจและการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เช่าพักได้

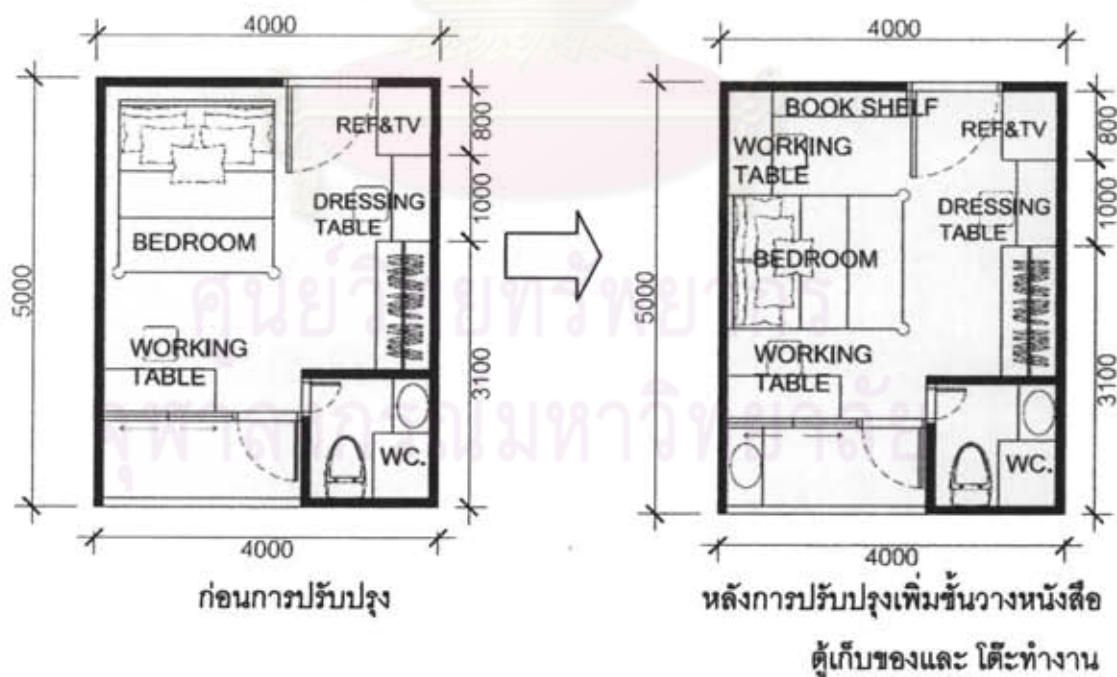
1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ได้แก่

- ที่จอดรถยนต์ มีค่อนข้างจำกัดในบางโครงการและบางโครงการไม่มีปัญหาเนื่องจากอัตราการใช้รถอยู่ในระดับต่ำ สำหรับแนวทางการแก้ปัญหาในระยะสั้น ได้แก่ การแจ้งให้ผู้เช่าทราบถึงที่จอดรถยนต์ที่มีจำนวนจำกัด และการรับลูกค้าที่เป็นกลุ่มนักศึกษาหรือทำงานประจำ ยานใกล้เคียงกับโครงการที่ไม่จำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนตัว สำหรับการแก้ปัญหาในระยะยาว ได้แก่ การจัดหาพื้นที่ข้างเคียงโครงการ หรือศึกษาการสร้างที่จอดรถเพิ่มในโครงการโดยอาจจะต้องศึกษารูปแบบที่เหมาะสม เนื่องจากกลุ่มผู้เช่ากลุ่มดังกล่าวมีศักยภาพในการจ่ายค่าบริการ

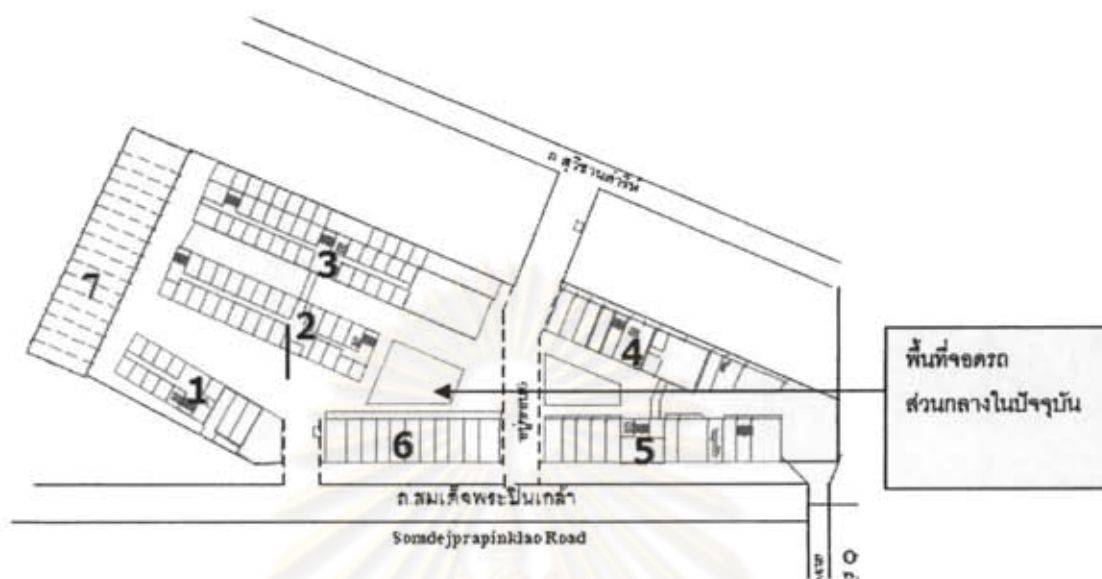
- พื้นที่พักผ่อนส่วนกลาง ควรเพิ่มพื้นที่พักผ่อนส่วนกลาง อาจอยู่ในรูปของที่นั่งพักผ่อนหรือสวนหย่อม พร้อมบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายความเร็วสูง

- สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องฟิตเนส ซาวน่า ร้านค้า ร้านอาหาร บริการซักอบรีด และอื่นๆ ตามความเหมาะสม ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่า

ภาพที่ 6.1 แสดงข้อเสนอแนะห้องพักที่ได้ทำการปรับปรุงสำหรับโครงการ 3เจ.คอร์ต



ภาพที่ 6.2 แสดงแผนผังและพื้นที่จอดรถส่วนกลางโครงการ 3เจ.คอร์ตในปัจจุบัน



ภาพที่ 6.3 แสดงข้อเสนอแนะพื้นที่จอดรถส่วนเพิ่มบริเวณลานจอดรถส่วนกลางสำหรับโครงการ 3เจ.คอร์ต ระยะที่ 1



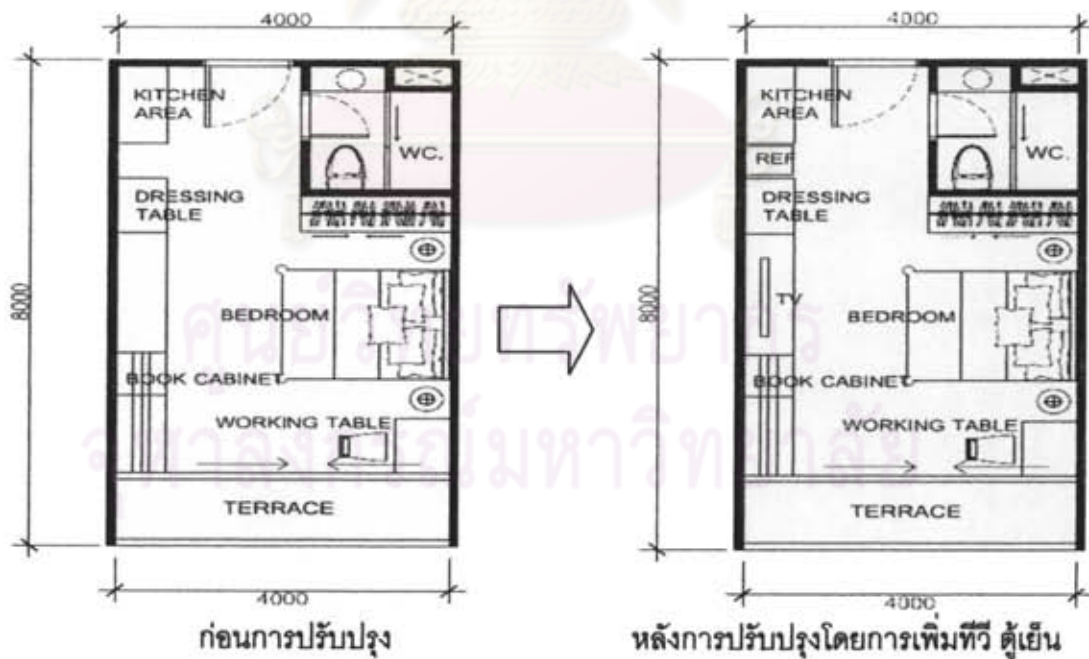
จากภาพที่ 6.2 บริเวณเส้นประซึ่งเป็นโรงครัวเก่า สามารถเพิ่มเป็นพื้นที่จอดรถยนต์ได้อีกประมาณ 8-9 คัน เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวยังใช้ประโยชน์ไม่เต็มที่

ภาพที่ 6.4 แสดงข้อเสนอแนะพื้นที่จอดรถส่วนเพิ่มบริเวณลานจอดรถส่วนกลางสำหรับ
โครงการ 3เจ.คอร์ต ระยะที่ 2

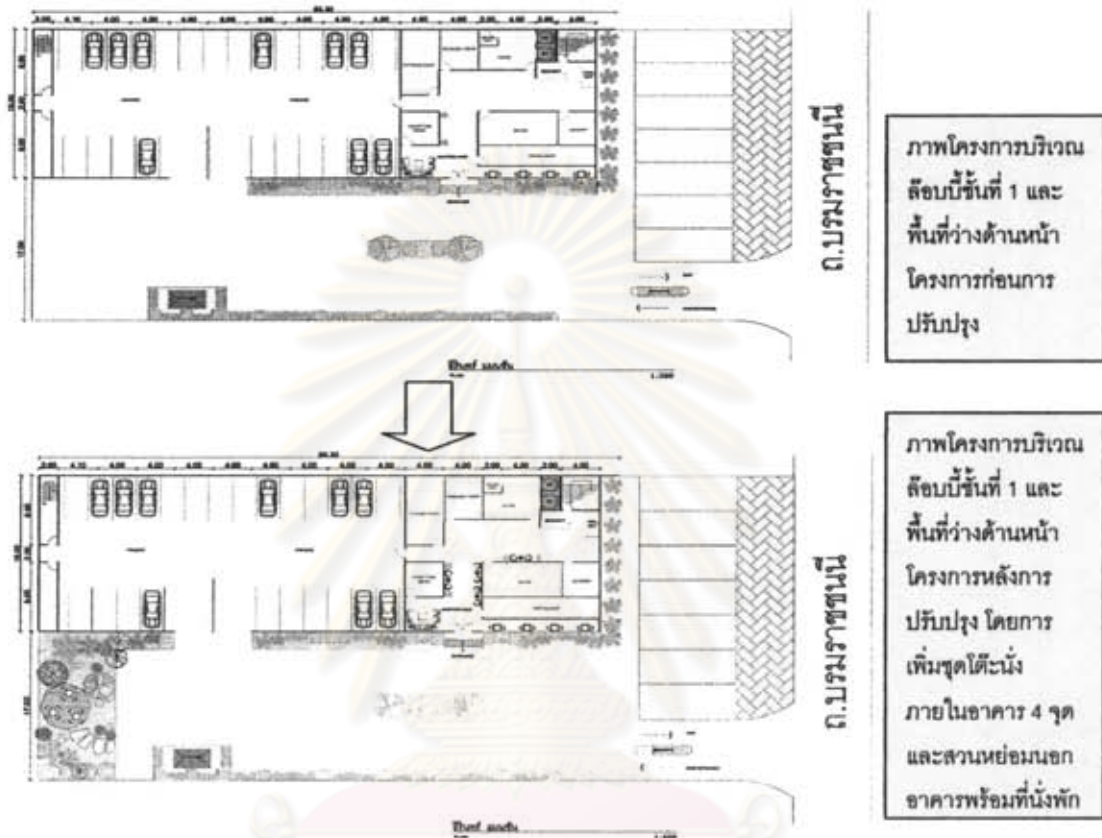


ออกแบบใหม่ เป็นลักษณะ
อาคารจอดรถ 2 ชั้น
สามารถจอดรถเพิ่มได้อีก
ประมาณ 20 คัน

ภาพที่ 6.5 แสดงข้อเสนอแนะห้องพักที่ได้ทำการปรับปรุงสำหรับโครงการธรีนทร์แมนชั่น



ภาพที่ 6.6 แสดงข้อเสนอแนะการปรับปรุงสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนส่วนกลาง
สำหรับโครงการ ธีรินทร์แมนชั่น



2. ทำเลที่ตั้ง (Place or Location)

- ปัญหาเสียงดังจากการสัญจรไปมาของรถยนต์หน้าโครงการ
การแก้ปัญหา ได้แก่ การติดตั้งวัสดุป้องกันเสียงที่ผ่านเข้ามาทางช่องต่างๆ ของตัวอาคาร เช่นฉนวนดูดซับเสียง หรือชนิดของกระจกใหม่ และรวมถึงการปลูกต้นไม้ด้านหน้าอาคารตลอดแนว
- ปัญหาความร้อนจากแสงแดดที่ส่องเข้าตัวอาคารมากเกินไป
สำหรับด้านที่โดนแสงแดดเป็นประจำและเป็นช่วงเวลาเช่นในตอนเช้าหรือบ่ายสามารถแก้ปัญหาได้โดยติดตั้งม่านกันแสงที่ตัวอาคารหรือภายในห้องพัก ฉนวนกันความร้อน และฟิล์มกรองแสงบริเวณกระจก และนอกจากนี้ยังสามารถปลูกต้นไม้เพื่อช่วยป้องกันได้อีกทาง
- ปัญหาอากาศไม่ถ่ายเท
ควรติดตั้งระบบระบายอากาศในช่องทางเดิน หรือเพิ่มช่องระบายเปิดภายในตัวอาคารให้มีการไหลเวียนของอากาศที่ดีขึ้น และเพิ่มพัดลมดูดอากาศสำหรับห้องพักที่อากาศไม่

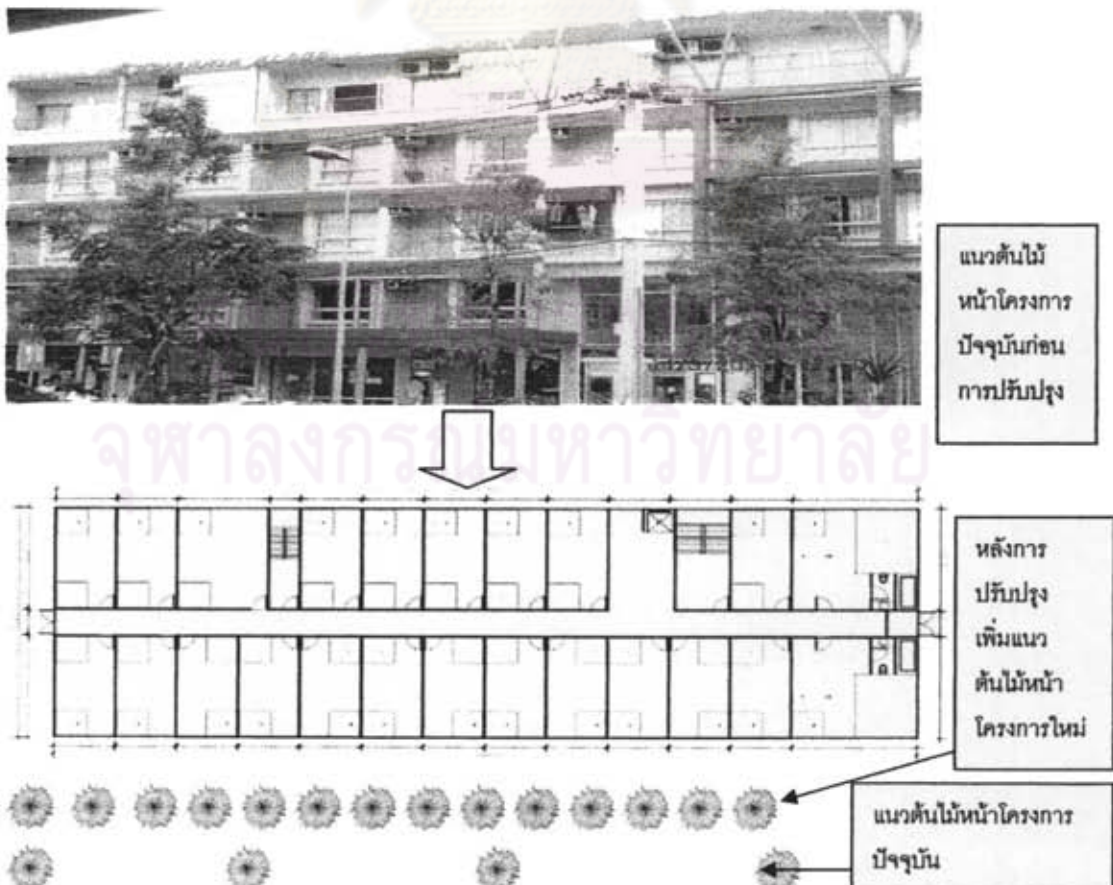
ถ่ายเท

- ปัญหาด้านความไม่สะดวกในการเดินทาง

ปัจจุบันพบว่าผู้เช่าพักมีปัญหามากที่สุดคือ รถเมล์โดยสารประจำทางผ่านน้อย สาย สำหรับโครงการที่อยู่บริเวณ สะพานพระราม 8 สำหรับแนวทางแก้ไขระยะสั้น ได้แก่การ แนะนำผู้เช่าให้ทราบถึงสภาพปัจจุบัน และแนะนำให้ใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้าง สำหรับ แนวทางแก้ปัญหาระยะยาว ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าน่าจะมีการให้บริการรถเมล์ท้องถิ่น เช่นรถสองแถว หรือรถยนต์สี่ล้อเล็ก ที่วิ่งให้บริการในย่านอื่นๆ ของเขตบางพลัดบางกอกน้อย โดยทางโครงการ ควรมีส่วนร่วมในการผลักดันกับผู้นำชุมชนบริเวณสะพานพระราม 8 โดยที่ประเด็นให้เห็นถึงโอกาส ที่ดีที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนเองในอนาคต

- ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมที่สุ่มเสี่ยง ควรมีการเพิ่มมาตรการด้านการตรวจตรา ความปลอดภัย หรือเพิ่มจุดติดตั้งกล้องวงจรปิดและตู้แดงสำหรับสายตรวจเพิ่มเติมในบริเวณ โครงการ

ภาพที่ 6.7 แสดงภาพการปรับปรุงด้านเสียงด้านหน้าของโครงการสุวรรณนิเพลสปัจจุบัน



3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักได้แก่นักศึกษามหาวิทยาลัย คนทำงานบริษัทเอกชน และราชการในพื้นที่ย่านใกล้เคียง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มาจากการบอกต่อ และผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าที่อยู่อาศัยในปัจจุบันให้มากที่สุด โดยมุ่งเน้นการบริการสร้างความพึงพอใจ เพื่อสร้างโอกาสที่จะทำให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อกับผู้เช่ารายอื่นต่อไป

4. พนักงานที่ให้บริการและกระบวนการบริการ (People and Process)

ฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการบริการพร้อมกับการประเมินการทำงาน โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าให้รู้สึกถึงการได้รับการเอาใจใส่เป็นอย่างดี

5. ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

จากลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบของห้องพักและราคาเช่าพักที่สอดคล้องกับความสามารถในการจ่ายค่าเช่าพัก เช่น

- สำหรับนักศึกษาและคนทำงานที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ขนาดของห้องพักไม่เกิน 30 ตารางเมตร พักได้ 2 คนต่อห้อง ราคาเช่าเฉลี่ยรวมค่าน้ำค่าไฟฟ้าและอื่นๆ ไม่เกิน 8,500 บาทต่อห้อง ไม่จำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนตัว

- สำหรับคนทำงานหรือธุรกิจส่วนตัว ที่มีระดับรายได้สูงกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไปหรือชาวต่างชาติที่มาพักระยะสั้นไม่เกิน 6 เดือน ห้องพักควรมีขนาด 30 ตารางเมตรขึ้นไป พักได้ 2 คนต่อห้อง ราคาเช่าเฉลี่ยรวมค่าน้ำค่าไฟฟ้าและอื่นๆ ไม่เกิน 12,500 บาทต่อห้อง พร้อมทั้งจอดรถยนต์ส่วนตัว

6. มุมมองด้านการลงทุน

- สำหรับโครงการ 3เจ.คอร์ต มีอัตราการใช้ห้องพักปัจจุบันร้อยละ 90 จาก 211 ห้อง จากแนวคิดการปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์ส่วนเพิ่ม งบประมาณห้องละประมาณ 10,000 บาท เป็นลักษณะทยอยลงทุนเมื่อมีการย้ายออกของผู้เช่า ปรับค่าเช่าเพิ่มอีกห้องละ 500 บาทคือจาก 6,000 บาทเป็น 6,500 บาทต่อเดือน และคาดว่าจะสามารถคืนทุนภายใน 24 เดือน

- สำหรับโครงการธรินทร์แมนชั่น มีอัตราการใช้ห้องพักปัจจุบันอัตราร้อยละ 44 จาก 275 ห้อง ราคาเช่า 7,500 บาท ปรับเป็น 7,800 บาทสำหรับกลุ่มผู้เช่าใหม่ลักษณะการลงทุนดังนี้

1. ติดตั้งทีวีและตู้เย็นเมื่อมีการเริ่มเช่าของผู้เช่าใหม่ ค่าใช้จ่ายต่อห้องประมาณ 10,000 บาทหรือลงทุนประมาณ 2,750,000 บาทที่ 275 ห้อง ทยอยลงทุน

2. เพิ่มพื้นที่นั่งพักในอาคาร 4 จุด งบประมาณ 20,000 บาท

3. เพิ่มสวนหย่อมและที่นั่งนอกอาคาร 1 จุด งบประมาณ 230,000 บาท
 4. ให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่
 รวมค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประมาณ 3,000,000 บาท เมื่อมีการปรับปรุงแล้ว
 เสร็จและคาดการณ์ว่าจะมีการเช่าเพิ่มขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 80 หรือเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 100 ห้อง
 คิดเป็นรายรับต่อเดือนประมาณ 780,000 บาท และคาดว่าจะสามารถคืนทุนประมาณ 1 ปี

- สำหรับโครงการสุวรรณนิเพลส มีอัตราการเช่าพักปัจจุบันในอัตราร้อยละ 43 จาก 79 ห้อง คิดค่าเช่าคงเดิมมีลักษณะการลงทุนดังนี้

1. เพิ่มเครื่องออกกำลังกาย 3 เครื่อง งบประมาณ 50,000 บาท
2. เพิ่มโต๊ะเก้าอี้ที่นั่งรับแขกในล็อบบี้ งบประมาณ 10,000 บาท
2. ปลุกต้นไม้ชั้นที่สองในพื้นที่ด้านหน้าของโครงการตลอดแนว งบประมาณ 50,000 บาท

รวมเงินลงทุนทั้งสิ้นประมาณ 110,000 บาท คาดการณ์เมื่อมีอัตราการเช่าพัก
 เพิ่มขึ้นอีก 30 ห้อง หรือคิดเป็นอัตราเช่าพักเฉลี่ยเพิ่มจากเดิมเป็นอัตราร้อยละ 80 หรือคิดเป็น
 รายรับส่วนเพิ่มต่อเดือนประมาณ 225,000 บาทต่อเดือน และคาดว่าจะสามารถคืนทุนได้ 1 ถึง 2
 เดือน

จากมุมมองด้านการลงทุนเบื้องต้น การปรับตัวด้านต่างๆ และจากผลของการคาดการณ์อัตรา
 การเช่าพักที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโครงการยังสามารถสร้างผลกำไรได้ในระยะยาว และ
 ถือว่ามีความเหมาะสมในการลงทุน

6.3.2 ผู้ประกอบการในอนาคต

ควรศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ให้ครบทุกด้าน เนื่องจากใน
 อดีตส่วนใหญ่ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนท์จะมีที่ดินเดิมเป็นของตนเอง แล้วนำมาพัฒนาโครงการ
 ทำให้เห็นปัญหาไม่ครบด้าน จึงเป็นสาเหตุนำไปสู่การแก้ปัญหาภายหลัง

6.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ที่มีความหนาแน่นของอพาร์ทเมนต์ราคาสูงและโครงการคอนโดมีเนียม โดยเพิ่มปัจจัยในการตัดสินใจเช่าของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา เนื่องจากกลุ่มผู้เช่าที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูงหรือเป็นชาวต่างชาติที่มาอาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจเช่า สภาพปัญหาและแนวทางในการปรับตัวของอพาร์ทเมนต์ราคาในระดับสูงในพื้นที่ดังกล่าวต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ดิรุจุมิ ธนวิษเพียรภาก. แนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นราคาประหยัด กรณีศึกษาพื้นที่เขต กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552

ทีมธุรกิจ Busy-Day. ทำอาหารตม้นต์ให้รวย. กรุงเทพมหานคร: Phisit Thai Offset Ltd. Part, 2548

นันท์วัฒน์ พงษ์เจริญ. พฤติกรรมและการยอมรับของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับสูงใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2549

ภูวิชัย เขียมพึงพร. ปัจจัยการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของชาวต่างชาติในเขตศูนย์กลางธุรกิจ กรณีศึกษาบ้านสวนพลู เขตสาทร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

มานพ พงศทัต. รวมเรื่องอาคารชุดของประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527

มาลี แซ่ตั้ง . แนวทางการจัดการอพาร์ทเมนต์ระดับราคาสูงในเมืองสมุทรสาคร กรณีศึกษาอพาร์ทเมนต์ AAA. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552

วิเชียร วรรณะพานุณ. ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยของชาวเอเชียตะวันออกที่ได้รับอนุญาตทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536

ศิริชัย ไชยชนะ. การศึกษาวิจัยความต้องการของผู้เช่า อพาร์ทเมนต์เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยบริเวณย่าน เพชรบุรีซอย 5 และ 7. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

ศิริวรรณ เสงีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา จำกัด, 2541

ศิริวรรณ เสงีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่(ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์ธรรมสารจำกัด. 2546

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. ผลการสำรวจอุปสงค์-อุปทาน โครงการที่อยู่อาศัยให้เช่า อพาร์ทเมนต์ กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2550

สุชาดา สนธยางกูล. ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่ารวมอาคารอาศัยให้เช่า กรณีศึกษาบริเวณถนนอ่อนนุช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550

สุพจน์ พูลน้อย. แนวทางการปรับปรุงที่พักอาศัยของนักศึกษา บริเวณชุมชนใกล้กับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550

ภาษาอังกฤษ

Berry, B.J., and Horton, F.E.. . Geographic Perspectives on Urban Systems.
New Jersey : Prentice Hall International , Inc. 1970

Michael Porter. How competitive forces shape strategy. Harvard Business Review.
1979

Kotler, Philip. Marketing Management. 12th ed. New Jersey : Pearson Prentice Hall,
2003



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เรื่อง แนวทางการปรับตัวโครงการเช่าพักอาศัย : กรณีศึกษาพื้นที่เขตบางพลัด เขตบางกอกน้อย
 คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาการพัฒนาระบบบริหารทรัพยากร คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 ข้อมูลทั้งหมดจะเก็บเป็นความลับและจะใช้ในการเขียนวิทยานิพนธ์เท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคม เศรษฐกิจ

กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี
 36-40 ปี สูงกว่า 40 ปี
3. สถานภาพ
 โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
 นักศึกษา พนักงานเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว
 รับจ้าง อื่นๆ(โปรดระบุ).....
6. ระดับรายได้ต่อเดือน
 10,000-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท
 25,001-30,000 บาท 30,001-35,000 บาท 35,001-40,000 บาท
 40,001-45,000 บาท สูงกว่า 45,000 บาทขึ้นไป
7. แหล่งที่มาของรายได้
 ตนเอง พ่อ/แม่ ญาติ หรือผู้ปกครอง อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. เขตหรือย่านสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงานของท่านปัจจุบัน
 เขตบางพลัด เขตบางกอกน้อย เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางกอกใหญ่
 เขตพระนคร เขตอื่นๆ(โปรดระบุ).....
9. ภูมิลำเนาเดิมก่อนที่ท่านจะมาเช่าพักอาศัย
 กรุงเทพฯและปริมณฑล(นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ) ต่างจังหวัด ต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการพักอาศัย

กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงตามข้อมูลของท่านมากที่สุด

- ราคาค่าเช่าทั้งหมดค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าและค่าบริการอื่นๆ เกี่ยวกับห้องพักต่อเดือนที่ท่านจ่ายในปัจจุบัน

5,500-6,500 บาท 6,501-7,500 บาท 7,501-8,500 บาท

8,501-9,500 บาท 9,501-10,500 บาท 10,501-11,500 บาท

11,501-12,500 บาท 12,500 บาทขึ้นไป
- ชนิดของห้องที่ท่านพักในปัจจุบัน

ห้องสตูดิโอ ห้อง 1 ห้องนอน 1 ห้องรับแขก ห้อง 2 ห้องนอน 1 ห้องรับแขก

ห้อง 3 ห้องนอน 1 ห้องรับแขก
- ขนาดของห้องพักที่ท่านเช่าในปัจจุบันมีขนาดเท่าไร
(ขนาดความกว้างของห้อง x ขนาดความยาวของห้อง = ตารางเมตร)

20-25 ตารางเมตร 26-30 ตารางเมตร 31-35 ตารางเมตร

35-40 ตารางเมตร 41-45 ตารางเมตร มากกว่า 45 ตารางเมตร
- ระยะเวลาที่ท่านได้เช่าพักอาศัย

1-3 เดือน 4-6 เดือน 7-9 เดือน 10 เดือน-1 ปี

1 ปี 1 เดือน-1 ปีครึ่ง 1 ปี 7 เดือน-2 ปี 2 ปี 1 เดือน-2 ปีครึ่ง 2 ปี 7 เดือน-3 ปี

มากกว่า 3 ปี
- ปัจจุบันมีผู้พักอาศัยในห้องของท่านทั้งหมดกี่คน (รวมท่านด้วย)

1 คน 2 คน 3 คน 4 คน มากกว่า 4 คน
- ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

อยู่คนเดียว พ่อ แม่/ญาติ เพื่อน สามี / ภรรยา
- โดยส่วนใหญ่นักเดินทางด้วยยานพาหนะอะไรจากที่พักอาศัยในปัจจุบันเพื่อไปสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา
ศึกษาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ส่วนตัว แท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้าง

รถโดยสารประจำทาง เรือ/แพ โดยสาร อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- ที่พักอาศัยที่ท่านเช่าในปัจจุบันมีระบบรักษาความปลอดภัยอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ระบบสัญญาณที่วังจรมปิด เข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ด

ระบบดับเพลิง/ถังดับเพลิง อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ที่พักอาศัยที่ท่านเช่าในปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | | | |
|---|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> บริการอินเตอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> บริการซักรีด | <input type="checkbox"/> ร้านมินิมาร์ท | <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร |
| <input type="checkbox"/> สัญญาณเคเบิลทีวี | <input type="checkbox"/> รับส่งไปรษณีย์ | <input type="checkbox"/> ร้านเสริมสวย | <input type="checkbox"/> ร้านถ่ายเอกสาร |
| <input type="checkbox"/> เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ | <input type="checkbox"/> ตู้น้ำหยอดเหรียญ | <input type="checkbox"/> ห้องออกกำลังกาย | <input type="checkbox"/> สปา/ซาวน่า |
| <input type="checkbox"/> สระว่ายน้ำ | <input type="checkbox"/> สวนหย่อม | <input type="checkbox"/> ห้องสมุดหรือห้องอ่านหนังสือ | |
| <input type="checkbox"/> มุมรับแขกหรือนั่งพักผ่อน | <input type="checkbox"/> บริการทำความสะอาด | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... | |
10. ห้องพักที่ท่านเช่าพักในปัจจุบันมีอุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องเรือน อะไรบ้าง ที่ทางผู้ให้เช่าได้จัดไว้ให้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | | | |
|--|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> ที่นอนพร้อมเตียงนอน | <input type="checkbox"/> โต๊ะรับประทานอาหาร | <input type="checkbox"/> ตู้เสื้อผ้า | <input type="checkbox"/> โต๊ะเครื่องแป้ง |
| <input type="checkbox"/> ทีวี | <input type="checkbox"/> เครื่องทำน้ำอุ่น | <input type="checkbox"/> ระเบียงตากผ้า | <input type="checkbox"/> ชั้นวางรองเท้า |
| <input type="checkbox"/> ชุดเก้าอี้รับแขก | <input type="checkbox"/> อินเตอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> สัญญาณเคเบิลทีวี | <input type="checkbox"/> ครุ |
| <input type="checkbox"/> เตาไมโครเวฟ | <input type="checkbox"/> เครื่องซักผ้า | <input type="checkbox"/> ตู้เย็น | <input type="checkbox"/> แอร์ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | | |
11. ท่านพักอาศัยที่ไหนมาก่อนที่จะมาเช่าพักอาศัยในปัจจุบัน
- บ้านของตนเอง บ้านญาติ บ้านเช่า/อพาร์ทเมนต์ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
12. สาเหตุที่ทำให้ท่านตัดสินใจย้ายจากที่อยู่เดิมมาเช่าห้องพักที่นี่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง | <input type="checkbox"/> ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา | <input type="checkbox"/> ราคาเหมาะสม |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพที่พัก สาธารณูปโภคภายในโครงการดี | <input type="checkbox"/> การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายดี | |
| <input type="checkbox"/> ต้องการความเป็นส่วนตัว | <input type="checkbox"/> แยกครอบครัว | <input type="checkbox"/> ยังไม่พร้อมที่จะซื้อที่อยู่อาศัย |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... | | |
13. ท่านทราบถึงสถานที่เช่าพักในปัจจุบันอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- มีผู้แนะนำ บ้ายโฆษณา บ้ายดึก ทราบจากใบปลิว แผ่นพับ ทราบจากอินเตอร์เน็ต
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....
14. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- พ่อ แม่ / ญาติ สามี / ภรรยา เพื่อน เป็นผู้ตัดสินใจเอง บริษัทหรือที่ทำงานจัดหาให้
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 โปรดระบุปัญหาที่มีผลกระทบต่อการทำงานที่พักรักษาตัวของท่านในปัจจุบัน

โปรดให้ระดับความรุนแรงของปัญหาในที่พักรักษาตัวของท่าน โดยระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างของปัญหา
ด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ ระดับความรุนแรง 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ปัญหาเกี่ยวกับที่พักรักษาตัว	ระดับความรุนแรงของปัญหา				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1. ลักษณะตัวอาคารสภาพเก่าทรุดโทรม ขาดความสวยงาม ไม่ทันสมัย					
2. ขนาดห้องพักมีขนาดเล็ก พื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ					
3. เพอร์มิเตอร์ในห้องพักมีสภาพเก่า ทรุดโทรม ไม่ทันสมัย					
4. อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีน้อยเกินไป					
5. แสงสว่างภายในห้องไม่เพียงพอ อากาศไม่ถ่ายเท					
6. ที่จอดรถมีน้อยไม่เพียงพอ					
7. พื้นที่พักผ่อนส่วนกลางมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการใช้งาน					
8. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ เช่นร้านค้า ร้านอาหาร ร้านซักรีด ฟิตเนส สปา สระว่ายน้ำ บริการอินเตอร์เน็ต ไม่เพียงพอ					
9. ความสะอาดขาดการดูแลที่ไม่ทั่วถึง					
10. ความปลอดภัย ขาดความปลอดภัยในด้านร่างกายและทรัพย์สิน					
11. บรรยากาศไม่เอื้อต่อการพักรักษาตัว					
12. มลภาวะทางเสียงภายในและบริเวณรอบๆ โครงการ					
13. สิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมโดยรอบมีความสุ่มเสี่ยง					
14. ขาดความเป็นส่วนตัว					
15. ขาดความสะดวกในการเดินทาง					
16. โครงการไม่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี					
17. ราคาเช่าพักที่สูง ไม่เหมาะสมกับสภาพห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกที่โครงการมี					
18. ค่าน้ำค่าไฟฟ้า และค่าบริการเสริมต่างๆ มีราคาแพงไม่มีความเหมาะสม					
19. พนักงานที่ให้บริการขาดความดูแลและเอาใจใส่ในการให้บริการ					
20. การให้บริการและแก้ปัญหาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินภายในห้องพักล่าช้า					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและเสนอแนะต่อที่พักรักษาตัวที่ท่านเช่าในปัจจุบัน

.....

.....

.....

Resident Rental Questionnaire

We would be grateful if you could spare a few minutes to complete this questionnaire.

Part 1 Personal Information

1. Gender.
 - Male Female

2. Age.....

4. Marital Status.
 - Single Married Widowed/Divorced Separated

4. Highest Education.
 - Below Bachelor's Degree Studying in Bachelor's Degree Bachelor's Degree
 - Higher than Bachelor's Degree

5. Occupation.
 - Student Private Companies Government official Personal Business
 - Employed in Miscellaneous job Other (Please Specify).....

6. Income.
 - 10,000-15,000 Baht 15,001-20,000 Baht 20,001-25,000 Baht
 - 25,001-30,000 Baht 30,001-35,000 Baht 35,001-40,000 Baht
 - 35,001-40,000 Baht 40,001-45,000 Baht > 45,000 Baht

7. Source of Income.
 - By Self By Parents or Relations Other(Please Specify).....

8. Which District is Your Workplace/Studying in Bangkok.
 - Bang Plad Bangkok Noi Thonburi Talingchan Bangkok Yai
 - Pra Na Khon Other(Please Specify).....

9. Which is Your Original Hometown.....

Part 2. Relevance information about present residential rental.

2. What rate of price you are paying for staying per month(Including water supply, electrical supply and other service).
- 5,500-6,500 Baht 6,501-7,500 Baht 7,501-8,500 Baht
 8,501-9,500 Baht 9,501-10,000 Baht 10,001-11,000 Baht
 11,001-12,000 Baht >12,001 Baht
2. What type of your room.
- Studio One bed room Two bed room Three bed room
3. Which is the size of your room (Width x Length = Square meters).
- 20-25 Square meters 26-30 Square meters 31-35 Square meters
 35-40 Square meters 41-45 Square meters > 45 Square meters
4. How long have you stayed.....
5. How many people, including you, live in the room.
- 1 Person 2 Persons 3 Persons 4 Persons > 4 Persons
6. Who did you live with.
- Only one Parent/Relation Friend Couples
7. What type of transportation you have to reach your workplace or university (you can choose more than one).
- Private car Private motorcycle Taxi Service motorcycle
 Bus Ferry crossing/Boat Other(Please Specify).....
8. What kind of security service at your place (you can choose more than one).
- Security guard CCTV Keycard system Fire extinguisher
 Other(Please Specify).....
9. What accommodation did your place provide in your room (you can choose more than one).
- Internet service Laundry service Convenience shop Restaurant
 Cable TV Post office service Beauty saloon shop Copy center
 Washing machine Water vender Fitness center Spa / Sauna
 Swimming Pool Garden Reading room
 Lobby / Sitting room Cleaning service Other(Please Specify).....

10. What stuff did your place provide in your room (you can choose more than one).
- Bed Dining table Closet Dressing table
- TV Hot water shower machine Balcony Shoe shelf
- Armchair Internet Cable TV Kitchen
- Microwave oven Washing machine Refrigerator Air-conditioner
- Other (Please Specify).....
11. Where had you lived before moving here.
- Home Relation' home Rental house / apartment Other (Please Specify).....
12. Why did you move (you can choose more than one).
- Convenience for travel Near workplace or university Reasonable price
- Quality / Good service Good advertisement / Sale promotion
- Privacy Away from family Not ready to buy your own town
- Other (Please Specify).....
13. How did you hear of your staying place (you can choose more than one).
- Recommendation Billboard / Advertisement Board Brochure / Publication
- Website Other (Please Specify).....
14. Who had influence on your decision (you can choose more than one).
- Parents / Relations Couples Friend Yourself Company / Your workplace
- Other (Please Specify).....

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Part 3 Please indicate problem affecting on your place by checking ✓ at the level of intense of problem you think (5 is the most serious problem and 1 is the least serious problem)

Present residence problem	level of intense of problem				
	5	4	3	2	1
1. Old building.					
2. Small room / Lack of space.					
3. Old furniture.					
4. Lack of accommodation in the room.					
5. Lack of light / Bad air circulation.					
6. Not enough parking lot.					
7. Public sitting room is not enough.					
8. Accommodation such as convenience shop, restaurant, laundry Service, fitness centre, spa, swimming pool and internet is not sufficient.					
9. Uncleaness.					
10. Security.					
11. Un appropriate atmosphere to stay.					
12. Loud noise.					
13. Dangerous environment.					
14. Lack of privacy.					
15. Inconvenience for transportation.					
16. Bad Reputation.					
17. Unreasonable price, comparing with service provide.					
18. Unreasonable price of water and electrical supply.					
19. Worker do not service provide with care.					
20. Emergency solving is lacking of celerity.					

Part 4 Your opinion to your place.

.....

.....

.....

Thank you for your time.



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
แบบคำนำสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารโครงการ

ส่วนที่ 1

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่ทางโครงการใช้ในปัจจุบัน

ส่วนประสมการตลาด 7P's ได้แก่

- **ผลิตภัณฑ์ (Product)**

.....

.....

- **ราคา (Price)**

.....

.....

- **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)**

.....

.....

- **การส่งเสริมการขาย (Promotion)**

.....

.....

- **บุคลากร (People)**

.....

.....

- **ชื่อเสียงหรือตราสินค้า (Prestige or Branding)**

.....

.....

- **ทำเล (Place or Location)**

.....

.....

ส่วนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์และการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบ**1. วิเคราะห์ SWOT**

.....

.....

.....

2. วิเคราะห์คู่แข่ง

.....

.....

.....

.....

.....

3. วิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย

.....

.....

.....

.....

.....

4. วิเคราะห์จุดขาย

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ	นายเกียรติศักดิ์ สมัครสมาน
เกิดวันที่	28 ตุลาคม 2516
การศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์(สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (2538) ระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2552)
สถานที่ทำงาน	บริษัท 3เจ.พรอพเพอร์ตี้ จำกัด ที่อยู่ เลขที่ 8 ถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย