

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

วิกฤตการณ์เศรษฐกิจปี 2551 เป็นปีที่เศรษฐกิจไทยถูกรุมเร้าอย่างหนัก ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ทำให้เกิดความผันผวนมากเป็นพิเศษ อัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เดิมตั้งความหวังไว้ว่าจะสูงถึงร้อยละ 6 เมื่อต้นปี 2551 จึงถูกปรับลดลงเหลือเพียงร้อยละ 3 ตอนปลายปี 2551

แนวโน้มอุตสาหกรรมปี 2552 สำหรับ GDP ภาคอุตสาหกรรมปี 2552 คาดว่าจะขยายตัวในระดับที่ลดลงเนื่องจากภาคอุตสาหกรรมของไทยมีการพึ่งพาการส่งออกในระดับสูง การชะลอตัวของ เศรษฐกิจโลกในภาพรวมที่ส่งผลให้ความต้องการสินค้าของไทยในตลาดโลก ลดลงส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย และส่งผลกระทบต่อมายังภาคอุตสาหกรรม ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวในระดับที่ลดลง โดยคาดว่าภาคอุตสาหกรรมตลอดทั้งปี 2552 น่าจะสามารถขยายตัวได้ในระดับร้อยละ -1 ลดลง

แม้สภาพเศรษฐกิจในช่วงครึ่งหลังของปี 2552 จะชะลอตัวในเกือบทุกธุรกิจจากสถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมือง และความผันผวนของเศรษฐกิจทั่วโลก แต่โดยภาพรวมของตลาดเช่า อพาร์ทเมนต์ในปี 2552 ที่ผ่านมายังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพื้นที่ในบริเวณทล เห็นได้จากผลวิจัยของฝ่ายวิจัย เกี่ยวกับตลาดเช่าอพาร์ทเมนต์ในปี 2552 พบว่า อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทุกพื้นที่รอบปี 2552 มีการปรับตัวลดลงร้อยละ 10 จากปี 2551 โดยพื้นที่ที่มีอัตราการเข้าพักต่ำ คิดเป็นร้อยละ 70 ของอพาร์ทเมนต์ทั้งหมดที่เปิดให้เช่า สาเหตุที่พื้นที่นี้มีอัตราการเข้าพักต่ำลง เนื่องจากโครงการในพื้นที่ซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรมที่ลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ทำให้ลูกจ้างถูกเลิกจ้างกลับภูมิลำเนาเดิม ฉะนั้นจึงได้หาทางศึกษาแก้ไขปัญหาดังกล่าวไว้บ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักของอาคารที่พักอาศัยให้เช่า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าในอาคารที่พักอาศัยให้เช่าเพื่อนำไปสู่การวางแผน

2. วิเคราะห์ปัจจัยอันประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับการตัดสินใจในการเลือกเช่าในอาคารที่พักอาศัยให้เช่า

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเช่าพักของอาคารที่พักอาศัยให้เช่า ซึ่งมีขอบเขตดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจในพื้นที่ตำบลบางกะดี อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ศึกษามุ่งเน้น ส่วนประสมทางการตลาด 4 P (Product, Price, Place และ Promotion)
3. ขอบเขตด้านประเภทอาคารที่พักอาศัยให้เช่าระดับกลาง และล่าง ที่ระดับราคา 2,000 ถึง 5,000 บาท

สมมติฐานของการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยจำแนกตามกลุ่ม 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่พักอยู่ในอาคารพักอาศัย กลุ่มที่กำลังมองหาที่พักในอาคารพักอาศัยให้เช่า และกลุ่มที่ได้ออกจากอาคารที่พักอาศัยให้เช่าแล้วปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์หรือไม่ ซึ่งใช้ค่า pearson correlation coefficient ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

$H_0 : r = 0$ (กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาด)

$H_a : r \neq 0$ (กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่ม มีความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาด)

$$r = 1 - \frac{6 - \sum D^2}{n(n^2-1)}$$

ระเบียบวิธีการวิจัย

จำแนกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ค้นคว้าหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าอาคารพักอาศัยให้เช่า
2. ออกแบบเครื่องมือการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง
3. เก็บรวบรวมนำไปวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
4. การวิเคราะห์ สรุปผลและนำเสนอแนวทางการสร้างกลยุทธ์แก่ผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ทำให้ได้เข้าใจปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าในอาคารที่พักอาศัยให้เช่า
2. ได้วิเคราะห์เพื่อสามารถที่จะแยกแยะปัจจัยต่าง ๆ สามารถตอบคำถามของปัญหาที่เกี่ยวข้องกับอัตราการเช่าพัก
3. เพื่อนำเสนอผลลัพธ์ของปัจจัยต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการเพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่อไปอย่างยั่งยืน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) คือ การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) หรือ (4P's) นั้น ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้
 - ผลิตภัณฑ์ (product) สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้
 - ราคา (price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (price) ผลิตภัณฑ์นั้น
 - ช่องทางการจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด
 - การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อและการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานทำการขาย (personal selling) และการติดต่อสื่อสาร

2. การตัดสินใจในการเลือกเช่า

การตัดสินใจ(decision making) หมายถึง กระบวนการหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด จากทางเลือกหลายๆทางที่ได้พิจารณาแล้วว่าเป็นทางเลือกที่สามารถทำให้องค์กรบรรลุ เป้าหมายได้ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญมากในการบริหารจัดการ เพราะจะต้องทำการตัดสินใจทุกๆ ขั้นตอน ในการปฏิบัติตามหน้าที่ทาง การบริหาร(management function) เริ่มตั้งแต่การตัดสินใจ ในเรื่องการวางแผน การจัดองค์การ บริหารงานบุคคล การสั่งการ การประสานงานและการ ควบคุม

3. อาคารที่พักอาศัยให้เช่าอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้มีรายได้น้อย พบว่า ผู้พักอาศัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความเหมาะสมของค่าเช่าเป็นอันดับแรก ส่วนปัจจัยอื่นที่สำคัญ รองลงมาได้แก่ความสะดวกในการเข้า-ออก