

**BRANDS AND FACTORS AFFECTING SERVICED APARTMENT RENTAL RATE: A CASE OF SERVICED APARTMENT IN BANGKOK**

**PAKPOOM VIPASSAPAN 5038713 ICMA/M**

**M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)**

**THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE : YINGYOT CHIARAVUTTHI, Ph.D. (ECONOMICS), MALINVISA SAKDIYAKORN, Ph.D. (DEVELOPMENT ADMINISTRATION)**

**ABSTRACT**

This research aimed to study the factors which affect rental rates and measure the brand value of serviced apartments in Bangkok by applying the Hedonic Price Model. A sample of 421 rentals were gathered regarding rental rates, residence's characteristics, facilities and distance to transportation facilities (express way, BTS and MRT). 180 rentals were from 4 branded serviced apartments (Fraser, Ascott, Centre Point, Oakwood). All 421 rentals were collected from April to May of 2010 through online sources and telephone interviews. The model included 15 independent variables using rental rate as a dependent variable. Results show that unit area, numbers of bedrooms, distance to transportation, restaurant and playground were positively significant with the rate. The Fraser brand had the highest value, followed by Ascott, Centre Point and Oakwood, respectively. This assures that the brand was value added to the rental rate. This paper is not only useful to new entrants for setting pricing strategies, but existing serviced apartment entrepreneurs can also use the model to adjust rental rates appropriately in the highly competitive serviced apartment market.

**KEY WORDS: HEDONIC PRICE MODEL / BRAND VALUATION /  
SERVICED APARTMENT / PRODUCT ATTRIBUTE**

**30 pages**

ตราสินค้าและปัจจัยที่ส่งผลต่อห้องเช่าพร้อมบริการ สำหรับกรณีศึกษาอาคารที่พักอาศัยให้เช่าพร้อมบริการในกรุงเทพมหานคร

BRANDS AND FACTORS AFFECTING SERVICED APARTMENT RENTAL RATE: A CASE OF SERVICED APARTMENT IN BANGKOK

ภาควิชา วิชาสหพันธ์ 5038713 ICMA/M

บธ.ม. (การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ชัยยศ เจียรราชพิ, Ph.D. (ECONOMICS), มาลินวิยา ศักดิ์ศิยากร, Ph.D. (DEVELOPMENT ADMINISTRATION)

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าเช่าและประเมินมูลค่าตราสินค้าของอาคารที่พักอาศัยให้เช่าพร้อมบริการในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบจำลองราคาฮิโดนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลค่าเช่า คุณลักษณะของห้องพักอาศัย สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ระยะเวลาที่ตั้งจากระบบคมนาคม ตลอดจนตราสินค้าของอาคารที่พักอาศัยให้เช่าพร้อมบริการจำนวน 421 ตัวอย่าง ในกลุ่มตัวอย่างนี้มีตัวอย่างที่มีตราสินค้าอยู่ 130 ตัวอย่างจาก 4 ตราสินค้า ได้แก่ Fraser, Ascott, Centre Point และ Oakwood เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบตัวอย่างที่เหลือ ข้อมูลถูกรวบรวมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ในช่วงเดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2553 แบบจำลองราคาประกอบไปด้วยตัวแปรตาม คือ ค่าเช่า และตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปร ผลลัพธ์ที่ได้แสดงให้เห็นว่า ตราสินค้า ขนาดพื้นที่ใช้สอย จำนวนห้องนอน ระยะเวลาไปยังระบบคมนาคม ร้านอาหาร และสนามเด็กเล่น มีความสำคัญต่อราคาเช่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตราสินค้า Fraser มีมูลค่าตราสินค้าสูงสุด รองลงมา คือ Ascott, Centre Point และ Oakwood ตามลำดับซึ่งแสดงให้เห็นว่าตราสินค้าสามารถเพิ่มมูลค่าของค่าเช่า งานวิจัยนี้นอกจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถใช้ประโยชน์จากแบบจำลองในการกำหนดค่าเช่าในขณะเดียวกันผู้ประกอบการปัจจุบันก็สามารถใช้แบบจำลองในการปรับค่าเช่าให้เหมาะสมต่อสถานการณ์การแข่งขันที่สูงของธุรกิจประเภทนี้ต่อไป