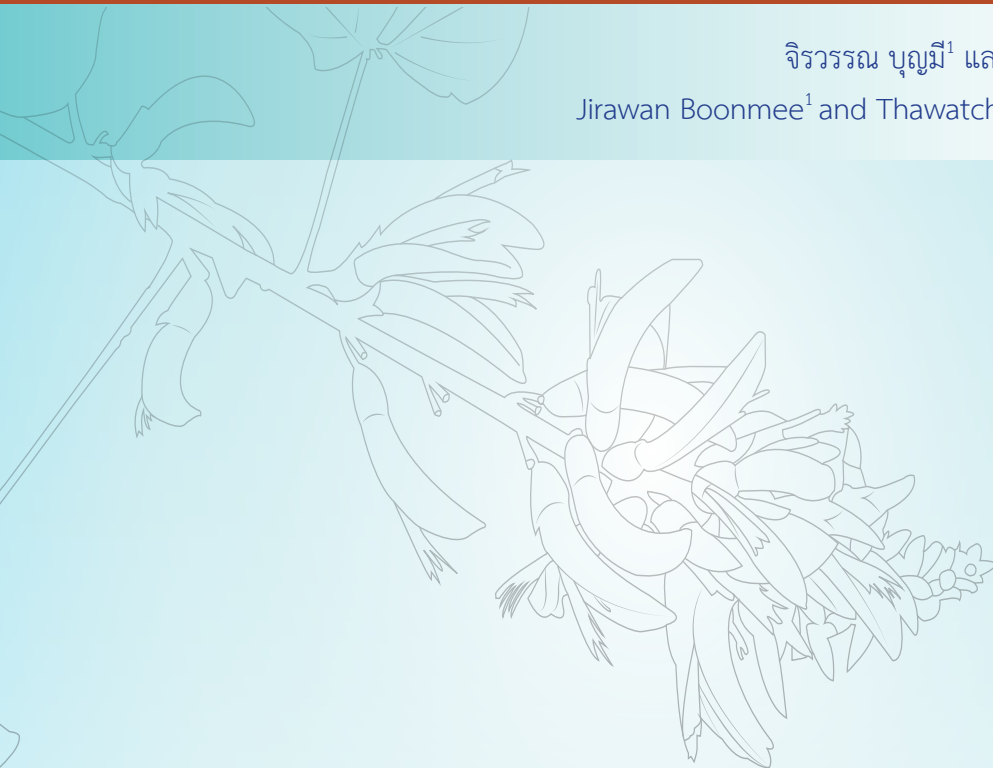


การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักราย
เดือนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
A Comparison of Factors Affecting Monthly Rooms Rental
around Chiang Mai Rajabhat University

จิรวรรณ บุญมี¹ และรัชชัย บุญมี¹

Jirawan Boonmee¹ and Thawatchai Boonmee¹



¹ ผศ., หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เชียงใหม่ 503001

¹ Asst. Prof., Bachelor of Business Administration (Management), Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai, 50300, Thailand

* Corresponding author : E-mail address : jirawanyui@g.cmr.ac.th

(Received: May 22, 2020; Revised: August 4, 2020; Accepted: September 2, 2020)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล รวมถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาและคนทำงานที่เช่าห้องพักรายเดือนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างรวม 600 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง แบบกำหนดโควตา และการเลือกอย่างบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษา และคนทำงานมีอายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา จำนวนสมาชิกในห้องพัก และระยะเวลาที่เช่าห้องพัก การเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก และยานพาหนะส่วนบุคคล แตกต่างกัน นักศึกษาและคนทำงานตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักโดยคำนึงถึงปัจจัยภายในห้องพักแตกต่างกันในประเด็น สภาพภายในห้องพักกว่า เก้าหรือใหม่ และรูปแบบของห้องพักที่มีให้เลือก คำนึงถึงปัจจัยด้านราคาแตกต่างกันในประเด็น ค่าเช่ารายเดือน ค่าใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน และค่าปรับเมื่อจ่ายค่าเช่าไม่ตรงเวลา คำนึงถึงปัจจัยด้านผู้ให้บริการแตกต่างกันในประเด็น มนุษยสัมพันธ์หรืออัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ การให้ข้อมูลและคำแนะนำของผู้ให้บริการ และมาตรฐานการให้บริการที่เท่าเทียมกัน คำนึงถึงปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันในประเด็นเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ระบบคีย์การ์ด และการบริการที่พักสำหรับทุกอาชีพ รวมถึงบริการจัดสรรพื้นที่ห้องพักสำหรับนักศึกษาและคนทำงาน

คำสำคัญ: การเปรียบเทียบ นักศึกษา คนทำงาน การตัดสินใจ เช่าห้องพักรายเดือน

Abstract

This quantitative research article aimed to compare personal factors and other factors affecting decision making of students and workers to rent monthly rooms around Chiang Mai Rajabhat University. The questionnaires were collected from 600 samples. The non-probability was assigned by purposive sampling, quota sampling and accidental sampling. The data were analyzed by using frequency, percentage and Chi-square test. The results found that the samples were different from their ages, marital status, income, education, number of members per room, rental agreement period, choices available before making the decision and personal vehicles. The students and workers decided to rent a room by considering room factors differently on the issues of oldness and newness of the room and types of room available. They considered price factors differently on the issues of monthly rental rate, monthly internet usage fees, and late payment fees. While service provider factors differed on the issues of human relations or friendliness of service providers, advising and providing service information, and equal service standards. In addition, service and facility factors were also differently on the issues of closed-circuit television [CCTV] for security, internet connection availability, coin-operated washing machines, keycard system, and accommodation services for all professions and zoning room for students and workers.

Keywords: Comparison, Students, Workers, Decision making, Monthly Room Rental

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มต้องเผชิญความยากลำบากใน พ.ศ. 2562 ซึ่งธุรกิจห้องเช่าก็จัดอยู่ในกลุ่มนี้เช่นเดียวกัน ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าวมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น สืบเนื่องจากภาวะการแข่งขันรุนแรงอันเกิดจากภาวะอุปทานมากกว่าอุปสงค์ กล่าวคือ นอกจากจะมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่แล้ว ยังมีการเพิ่มจำนวนที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมเป็นจำนวนมากในหลายพื้นที่ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคา ประกอบกับ ปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องเผชิญกับปัญหารายได้ที่ลดลงเพราะมีจำนวนห้องว่างมากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องประสบปัญหาราคาที่ดินที่ปรับตัวสูงขึ้น ต้นทุนในการก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการปรับอัตราค่าจ้างขึ้นต่ำ และราคาวัสดุก่อสร้าง รวมถึง ต้นทุนดอกเบี้ยเงินกู้ด้วยเช่นกัน ตลอดจนกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการควบคุมใหม่ ๆ ของภาครัฐ เช่น ประกาศควบคุมกิจการให้เช่าอาคารเพื่ออยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2561 การบังคับใช้พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ที่จะเริ่มจัดเก็บตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นไป [1] ดังนั้น ในปี 2561 จึงได้มีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัยทั่วประเทศ ได้แก่ ห้องเช่า ห้องพัก อะพาร์ตเมนต์ และคอนโด เกิดเป็นสมาคมการค้าผู้ประกอบการธุรกิจห้องเช่า (Apartment Business Trade Association: ABTA) และสมาคมการค้าอะพาร์ตเมนต์ และห้องเช่าไทย หรือ สอ.ชท (Thai Apartments & Rooms rental trade Association: TARA) การรวมตัวกันของผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัยอย่างเป็นทางการในครั้งนี้ นอกจากจะมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัยให้ได้มาตรฐานแล้ว ทั้งสองสมาคมนี้ยังก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือและเป็นตัวแทนผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ ส่งผลให้มีอำนาจในการต่อรองและการประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน [2-3]

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์เปิดเผยว่า การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัยประเภทอะพาร์ตเมนต์มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ พ.ศ. 2557 ส่งผลให้บรรยากาศการลงทุนในธุรกิจอะพาร์ตเมนต์ทั่วประเทศชะลอตัวลง ในช่วงครึ่งแรกของปี 2560 มีจำนวน 613 อาคาร หดตัวร้อยละ 18.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้การลงทุนทำธุรกิจอะพาร์ตเมนต์ส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดที่มีความเคลื่อนไหวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจการค้าการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีสถาบันการศึกษาเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ดี เมื่อวิเคราะห์การออกใบอนุญาตเพื่อก่อสร้างอะพาร์ตเมนต์ หอพัก และแฟลตเป็นรายภาคพบว่า ภาคเหนือยังคงมีอัตราการเติบโตของการลงทุน กล่าวคือ ในช่วงครึ่งแรกของปี 2560 มีการออกใบอนุญาตเพื่อก่อสร้างขยายตัวร้อยละ 80.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจังหวัดที่มีการเกิดขึ้นของอะพาร์ตเมนต์จำนวนมาก คือ เชียงใหม่ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีปัจจัยเกื้อหนุนการขยายตัวของอะพาร์ตเมนต์ อาทิ การเป็นศูนย์กลางการศึกษาทางภาคเหนือตอนบนมีนักเรียนนักศึกษาจากต่างถิ่นเข้ามาศึกษาในพื้นที่ทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ การเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่จากภาคการท่องเที่ยวทำให้มีคนจากต่างถิ่นเดินทางเข้ามาทำงานในพื้นที่เช่นกัน [4]

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2467 นักศึกษาส่วนใหญ่ของมหาวิทยาลัยเรียนอยู่ที่วิทยาเขต เวียงบัว ซึ่งตั้งอยู่ในตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ บนเนื้อที่ประมาณ 80 ไร่ มีจำนวนนักศึกษาประมาณ 15,000 คน มีบุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนปฏิบัติหน้าที่ประมาณ 1,100 คน ถึงแม้ว่ามหาวิทยาลัยจะมีข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง แต่ด้วยข้อจำกัดด้านพื้นที่ของวิทยาเขตเวียงบัว

ทำให้ไม่สามารถก่อสร้างที่พักเพื่อรองรับนักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยได้อย่างเพียงพอ ส่งผลให้เกิดธุรกิจให้เช่าห้องพักรายเดือน หอพัก และอพาร์ทเมนต์ของเอกชนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยขึ้นเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมหาวิทยาลัยกำลังประสบปัญหาจำนวนนักศึกษาที่ลดลงอย่างต่อเนื่องทุกปี ประกอบกับ มีแผนการย้ายคณะและหน่วยงานส่วนใหญ่ไปยังพื้นที่ศูนย์แม่ริม ตำบลชี้เหล็ก และตำบลสะลง อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีเนื้อที่ประมาณ 7,630 ไร่ เพื่อเป็นศูนย์กลางของการบริหาร การจัดการศึกษา และการบริการวิชาการ (Main campus) อย่างเต็มรูปแบบภายในปี 2566 [5] สถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการและนักลงทุนซึ่งจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การแข่งขัน และกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน กล่าวคือ ไม่สามารถจำกัดลูกค้าเป้าหมายไว้เพียงกลุ่มเดียว คือ นักศึกษา ซึ่งมีแนวโน้มเช่าห้องพักลดลงผันแปรตามจำนวนผู้เรียนที่ลดลง เจ้าของกิจการจึงจำเป็นต้องขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มคนทำงานด้วย ดังนั้น การวิจัยเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัย พฤติกรรม และความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้เช่าทั้งสองกลุ่ม จะช่วยให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างตรงประเด็น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล รวมถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาและคนทำงานที่เช่าห้องพักรายเดือนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เช่าห้องพักรายเดือนสำหรับผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

วิทวัส รุ่งเรืองผล [6] กล่าวว่า ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูล และประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ ชูชัย สมิทธิไกร [7] ที่ระบุว่ากระบวนการก่อนการซื้อสินค้าเป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นก่อนการซื้อและการใช้จริง แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างอย่างเด่นชัดระหว่างความปรารถนาที่อยากจะให้เกิดขึ้นกับสภาวะที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในปัจจุบัน
- 2) การค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคจำเป็นต้องค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลมากเพียงพอสำหรับการตัดสินใจ
- 3) การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะพิจารณาทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือก โดยปกติจะไม่พิจารณาทุกทางเลือก แต่จะพิจารณาทางเลือกจำนวนหนึ่งเท่านั้น
- 4) การตัดสินใจเลือก ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ทั้งนี้ ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเหมือนกัน

พฤติกรรม การเช่าที่พักของนักศึกษา

ณพัชญ์ สุขพัชรภรณ์ และปิยพรรณ กลั่นกลั่น [8] ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในการเช่าที่พักในอำเภอมะริมเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20–22 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด เช่าที่พักอาศัยอยู่คนเดียว โดยเช่าหอพักภายนอกมหาวิทยาลัย ในช่วงราคา 3,001–4,000 บาทต่อเดือน ระยะเวลาในการเช่าที่พัก 6 เดือน เหตุผลในการเลือกเช่าที่พัก คือ อยู่ใกล้สถานศึกษา ตัดสินใจเช่าที่พักด้วยตนเอง ผู้มีอิทธิพลในการเช่าที่พัก คือ บุคคลในครอบครัวและเพื่อน เลือกเช่าที่พักหลังจากเห็นที่พัก 1 สัปดาห์ก่อนเปิดภาคเรียน ทำเลที่ตั้งของห้องพักที่เช่า คือ อยู่ใกล้สถานศึกษา ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักโดยการแนะนำจากคนรู้จัก ชำระค่าเช่าด้วยเงินสดโดยจ่ายเป็นรายเดือน

ปัจจัยที่นักศึกษาใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือน

วิศิษฐ์ชนนท์ แสงสุวรรณ และคณะ [9] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกห้องพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกห้องพักที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด

นพรุจ บรจจจิตร และกนกคุณ โศชัยวัฒน์ [10] ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยให้เช่าบริเวณรอบ มหาวิทยาลัยรังสิตพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยบริเวณรอบ มหาวิทยาลัยทั้งหมด 30 ปัจจัย มีปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด 15 ปัจจัย คือ บริการเสริมในห้องพัก ความสะดวกในการเดินทาง กระบวนการรักษาความปลอดภัย กระบวนการรักษาความสะอาด ระยะทางระหว่างที่พักกับมหาวิทยาลัย สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ค่าเช่าต่อเดือน กระบวนการแก้ไขปัญหา รูปแบบห้องพักและการแบ่งพื้นที่ภายในห้องพัก กระบวนการซ่อมบำรุง สิ่งรบกวน ค่าไฟฟ้า ค่าเช่าล่วงหน้า ขนาดห้องพัก และค่าประกันทรัพย์สิน สำหรับปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากมี 14 ปัจจัย ได้แก่ เงื่อนไขในการเช่าอยู่ การตกแต่งภายในห้องพัก ค่าน้ำ ประปา คุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า การแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้า ที่จอดรถ ความเป็นระเบียบของพื้นที่ส่วนกลาง สภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียง ค่าบริการอื่น ๆ ความสวยงามของอาคาร ภาพลักษณ์ของโครงการ ค่าโทรศัพท์ บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงาน และเว็บไซต์ สำหรับปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง คือ ป้ายโฆษณาต่าง ๆ

สุจินา ตรินพัตน์ และประสพชัย พสุชนนท์ [11] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ นักศึกษาต้องการห้องพักที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ราคาห้องพักมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพห้องพัก มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทาง พนักงานประจำห้องพักควรมีใจรักบริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมถึง ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของห้องพักต้องมีความน่าเชื่อถือ และมีความถูกต้อง แม่นยำในการส่งมอบห้องพักและบริการให้ผู้เช่า

ปัจจัยที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือน

ศุภมาส ก้อนพิลา และกรวีร์ ชัยอมรไพศาล [12] ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้เช่าพิจารณาในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคงทนของห้องพัก เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ห้องพักรมมีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต การออกแบบและความสวยงามของห้องพัก ภาพพจน์และชื่อเสียงห้องพัก เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักอยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน ความสะอาดของห้องพัก สัญญาณเคเบิล TV สำหรับประเด็นอื่น อาทิ มีบริการซักผ้าหรือเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญภายในที่พัก มาตรการรักษาความปลอดภัย บริเวณที่พักมีความใหม่และสะอาด มีร้านขายของชำภายในที่พัก ผู้เช่าพิจารณาในระดับมาก ปัจจัยด้านราคาและผู้เช่าพิจารณาในระดับมากในประเด็นค่าเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือน

ค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก ค่าน้ำที่ต้องจ่ายต่อเดือน ค่าไฟฟ้าที่ต้องจ่ายต่อเดือน ค่าประกันความเสียหายต่อห้องพัก ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ค่าบริการทำความสะอาดห้องพัก และวิธีการชำระเงินค่าเช่ารายเดือนผ่านช่องทางต่าง ๆ ปัจจัยด้านสถานที่ที่ผู้เช่าพิจารณาในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ตลาด และทำเลที่ตั้งของห้องพักมีรถสาธารณะผ่าน สำหรับประเด็นที่จอตระของห้องพักมีความปลอดภัย ที่จอตระของห้องพักมีเพียงพอ จุดต้อนรับมองเห็นชัดเจนติดต่อสะดวก ผู้เช่าพิจารณาในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้เช่าพิจารณาในระดับปานกลาง ทุกประเด็น ได้แก่ แผ่นพับโฆษณาห้องพัก การมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และป้ายโปสเตอร์โฆษณาห้องพัก ปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้เช่าพิจารณาในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ปัญหา พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ มีพนักงานทำงานตลอด 24 ชั่วโมง มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และความซื่อสัตย์ ปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้เช่าห้องพักพิจารณาในระดับมาก ได้แก่ ระบบการรักษาความปลอดภัยของห้องพัก ขั้นตอนในการติดต่อกับห้องพักในด้านต่าง ๆ สะดวกและรวดเร็ว ระบบการออกใบแจ้งหนี้ ระบบการรับฝากข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้อง และระบบป้องกันอัคคีภัย/ทางออกฉุกเฉินของห้องพัก สำหรับการรับข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัยนั้นพิจารณาในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ผู้เช่าพิจารณาในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ป้ายห้องพักมีความโดดเด่นสังเกตเห็นง่าย ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของห้องพัก การจัดพื้นที่บริเวณห้องพักให้เป็นสัดส่วน การออกแบบตกแต่งพื้นที่บริเวณภายนอกห้องพัก และสภาพแวดล้อมภายนอกห้องพักมีความสะอาดและสวยงาม

พจนารถ อิมสอน และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ [13] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าอะพาร์ตเมนต์ของผู้บริโภคในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความปลอดภัยของอะพาร์ตเมนต์ และที่จอตระสามารถรองรับจำนวนผู้เช่าเพียงพอ ราคาห้องพัก ค่าน้ำ และค่าไฟเหมาะสม มีความสะดวกในการเดินทาง อยู่ใกล้สถานศึกษาหรือศูนย์การค้า มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร อาทิ มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เจ้าของหรือผู้ดูแลมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พนักงานให้บริการที่ดีและเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยสอดส่องบุคคลภายนอก มีมาตรฐานการบริหารจัดการ มีระบบการบริการแก้ไขปัญหา ภายนอกและภายในที่พักสะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย ในระดับมาก และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอะพาร์ตเมนต์มีป้ายชื่อขนาดใหญ่และสังเกตเห็นได้ง่ายในระดับปานกลาง ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทางด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการอะพาร์ตเมนต์ที่มีเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการ รวมถึงต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ด้านราคา ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีภายในห้องพัก ด้านทำเลที่ตั้ง อยากให้อะพาร์ตเมนต์ตั้งอยู่ในที่ที่เดินทางสะดวก มีรถโดยสารสาธารณะวิ่งผ่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการที่จะได้รับในด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอย่างมาก ทั้งส่วนลดค่าห้องพัก กิจกรรมภายในอะพาร์ตเมนต์ ด้านบุคลากรที่ให้บริการให้ความเห็นว่าบุคลากรที่ให้บริการควรเป็นคนที่มีใจรักในการบริการ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ดีมีความเป็นมิตร มีอัธยาศัยที่ดี ด้านกระบวนการให้บริการ อยากให้ทางอะพาร์ตเมนต์ปรับปรุงเรื่องความรวดเร็ว

ในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บเงินค่าเช่าห้อง หรือการซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับความเสียหาย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ต้องการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดี อาทิ โครงสร้างอะพาร์ตเมนต์ต้องแข็งแรง ปลอดภัย มีต้นไม้ ที่นั่งเล่น และอากาศถ่ายเทได้ดี เวลากลางคืนมีไฟส่องสว่าง

ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ดำเนินการวิจัย ณ กิจการให้เช่าห้องพักรายเดือนของเอกชนขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งได้รับการอนุญาตจากผู้ประกอบ อาทิ หอพัก อะพาร์ตเมนต์ แมนชั่น ที่ตั้งอยู่บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ในระยะไม่เกิน 3 กิโลเมตร แบ่งเป็นกิจการให้เช่าห้องพักขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักไม่เกิน 59 ห้อง จำนวน 13 แห่ง และกิจการให้เช่าห้องพักขนาดกลางมีจำนวนห้องพักระหว่าง 60 ถึง 149 ห้อง จำนวน 11 แห่ง รวมทั้งสิ้น 24 แห่ง ซึ่งทุกแห่งให้บริการทั้งผู้เช่าที่เป็นนักศึกษาและคนทำงาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาและคนทำงานที่เช่าห้องพักรายเดือนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาและคนทำงานที่เช่าห้องพักรายเดือนในกิจการให้เช่าห้องพักขนาดเล็กและขนาดกลางบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เฉพาะกิจการที่ผู้ประกอบการอนุญาตให้ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยได้มีจำนวนทั้งสิ้น 24 แห่ง ใช้วิธีการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G.Cochran [14] โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 40% กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% และมีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% คำนวณแล้วได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 369 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แท้จริงของกิจการให้เช่าห้องพักรายเดือนของเอกชนขนาดกลางและขนาดเล็กที่ตั้งอยู่บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ในระยะไม่เกิน 3 กิโลเมตร รวมถึง ไม่สามารถทราบจำนวนที่แท้จริงของประชากรได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) จากผู้เช่ากิจการให้เช่าห้องพักขนาดเล็ก 13 แห่ง และขนาดกลาง 11 แห่ง ๆ ละ 25 ตัวอย่างเท่ากัน รวมทั้ง ใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มทั้งสิ้น 600 ตัวอย่าง แบ่งเป็นนักศึกษา 355 คน และ คนทำงาน 245 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Form) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย คำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 13 ข้อ และส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือน จำนวน 7 ข้อ แบบสอบถามดังกล่าวสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งได้รับการพัฒนาคุณภาพโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษา (Wording) โดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นอาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน ผลการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่า ไม่มีคำถามข้อใดที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 โดยมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ดังนั้น จึงถือว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้งานได้ [15] หลังจากนั้นได้มีการทดสอบและปรับปรุงแบบสอบถาม

เพื่อให้เกิดความถูกต้องแม่นยำ และน่าเชื่อถือก่อนการเก็บข้อมูลจริง สำหรับผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากการทดสอบแบบสอบถาม 40 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นตามวิธีของคูเดอร์ริชาร์ดสัน 20 (Kuder-Richardson 20: K-R20) เท่ากับ 0.925

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test)

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 355 คน (ร้อยละ 59.2) และเป็นคนทำงานจำนวน 245 คน (ร้อยละ 40.8) โดยนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.3) มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี (ร้อยละ 80.8) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 98.3) มีรายได้ต่อเดือน 5,001–10,000 บาท (ร้อยละ 60.0) มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 77.2) เข้าห้องพักรายเดือนในกิจการขนาดเล็กที่มีห้องพัก 59 ห้องหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 52.4) พักอาศัยอยู่เพียงคนเดียว (ร้อยละ 52.7) เข้าห้องพักมานาน 1–2 ปี (ร้อยละ 43.1) มีค่าใช้จ่ายในการเช่าห้องพักรวม 3,001 – 4,000 บาท ต่อเดือน (ร้อยละ 48.7) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือน คือ ตนเอง (ร้อยละ 61.4) ทั้งนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักโดยมีการเปรียบเทียบกับที่พักอื่น 1–2 แห่ง (ร้อยละ 49.9) นอกจากนั้น ยังพบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีที่พักแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 75.8) และใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะส่วนบุคคล (ร้อยละ 80.6)

กลุ่มคนทำงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.3) มีอายุระหว่าง 25–29 ปี (ร้อยละ 53.1) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 81.6) มีรายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 บาท (ร้อยละ 41.2) มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 64.1) เข้าห้องพักรายเดือนในกิจการขนาดเล็กที่มีห้องพัก 59 ห้องหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 56.7) พักอาศัยห้องละ 2 คนหรือมากกว่า (ร้อยละ 57.6) เข้าห้องพักมานาน 1–2 ปี (ร้อยละ 38.8) มีค่าใช้จ่ายในการเช่าห้องพักรวม 3,001–4,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 46.5) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือน คือ ตนเอง (ร้อยละ 66.5) ทั้งนี้ กลุ่มคนทำงาน ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักโดยมีการเปรียบเทียบกับที่พักอื่น 1–2 แห่ง (ร้อยละ 44.5) นอกจากนั้น ยังพบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีที่พักแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 69.8) และใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะส่วนบุคคล (ร้อยละ 58.0)

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square เพื่อพิสูจน์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา และคนทำงานที่มีความแตกต่างกันพบว่า มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ใน 6 ประเด็น ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการเช่าห้องพัก และยานพาหนะส่วนบุคคล และมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ใน 2 ประเด็น ได้แก่ จำนวนสมาชิกในห้องพัก และการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก มีรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 1 สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาและคนทำงานที่ไม่มี ความแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ ขนาดของกิจการที่ตัดสินใจเลือกเช่า ค่าใช้จ่ายในการเช่าห้องพักเฉลี่ยต่อเดือน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก และการมีที่พักแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาและคนทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	นักศึกษา (355)	คนทำงาน (245)	รวม (600)	Chi Sq. Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	55 15.5%	2 0.8%	57 9.5%	369.260 0.000**
20-24 ปี	287 80.8%	49 20.0%	336 56.0%	
25-29 ปี	12 3.4%	130 53.1%	142 23.7%	
30-34 ปี	1 0.3%	41 16.7%	42 7.0%	
35 ปี ขึ้นไป	-	23 9.4%	23 3.8%	
โสด	349 98.3%	200 81.6%	549 91.5%	51.838 0.000**
สมรส	6 1.7%	45 18.4%	51 8.5%	
5,000 บาท หรือต่ำกว่า	70 19.7%	4 1.6%	74 12.3%	275.458 0.000**
5,001-10,000 บาท	213 60.0%	31 12.7%	244 40.7%	
10,001-15,000 บาท	62 17.5%	101 41.2%	163 27.2%	
15,001-20,000 บาท	5 1.4%	62 25.3%	67 11.1%	
มากกว่า 20,000 บาท	5 1.4%	47 19.2%	52 8.7%	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลาย	3 0.8%	14 5.7%	17 2.8%	21.659 0.000**
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า	32 9.0%	22 9.0%	54 9.0%	
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46 13.0%	52 21.2%	98 16.3%	
ปริญญาตรีขึ้นไป	274 77.2%	157 64.1%	431 71.8%	

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาและคนทำงาน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	นักศึกษา (355)	คนทำงาน (245)	รวม (600)	Chi Sq. Sig.
เข้ามานาน 6 เดือน หรือต่ำกว่า	62 17.5%	26 10.6%	88 14.7%	29.195 0.000**
เข้ามานาน 6-12 เดือน	71 20.0%	37 15.1%	108 18.0%	
เข้ามานาน 1-2 ปี	153 43.1%	95 38.8%	248 41.3%	
เข้ามานาน 2-3 ปี	39 11.0%	44 18.0%	83 13.8%	
เข้ามานาน 3-4 ปี	25 7.0%	23 9.4%	48 8.0%	
เข้ามานานเกิน 4 ปี	5 1.4%	20 8.2%	25 4.2%	
รถจักรยานยนต์	286 80.6%	142 58.0%	428 71.3%	89.722 0.000**
รถยนต์	23 6.5%	89 36.3%	112 18.7%	
รถจักรยาน	27 7.6%	12 4.9%	39 6.5%	
ไม่มียานพาหนะส่วนบุคคล	19 5.4%	2 0.8%	21 3.5%	
พักคนเดียว	187 52.7%	104 42.4%	291 48.5%	6.070 0.014*
พักห้องละ 2 คน หรือ มากกว่า	168 47.3%	141 57.6%	309 51.5%	
ไม่ได้เปรียบเทียบก่อน ตัดสินใจเช่าห้องพัก	92 25.9%	92 37.6%	184 30.7%	10.669 0.014*
เปรียบเทียบ 1-2 แห่ง	177 49.9%	109 44.5%	286 47.7%	
เปรียบเทียบ 3-4 แห่ง	71 20.0%	39 15.9%	110 18.3%	
เปรียบเทียบมากกว่า 4 แห่ง	15 4.2%	5 2.0%	20 3.3%	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยภายในห้องพัก

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square พบว่า นักศึกษา และคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยภายในห้องพักแตกต่างกันใน 2 ประเด็น คือ สภาพภายในห้องพักเก่าหรือใหม่ และรูปแบบของห้องพักที่มีให้เลือก มีรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 2 สำหรับปัจจัยภายในห้องพักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงานไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ขนาดของห้องพัก เพอร์นิเจอร์ที่มีในห้องพัก ห้องน้ำและสุขภัณฑ์ในห้องน้ำ บรรยากาศภายในห้องพัก เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีในห้องพัก สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก การระบายอากาศหรือการถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก การตกแต่งและความสวยงามของห้องพัก และ วิวของห้องพัก เช่น ทิศห้องพัก ตำแหน่ง วิวเตียง การจัดวางตำแหน่งเพอร์นิเจอร์

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยภายในห้องพักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงาน

ปัจจัยภายในห้องพัก	นักศึกษา (355)	คนทำงาน (245)	รวม (600)	Chi Sq. Sig.
สภาพภายในห้องพัก (ห้องเก่าหรือใหม่)	199 56.1%	113 46.1%	312 52.0%	5.731 0.017*
รูปแบบของห้องพักที่มีให้เลือก	101 28.5%	101 41.2%	202 33.7%	10.591 0.001**

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยด้านที่พัก

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square พบว่า นักศึกษา และคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยด้านที่พักไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น สำหรับปัจจัยด้านที่พักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เรียงตามลำดับมากไปน้อย ได้แก่ สภาพของอาคารว่าใหม่หรือเก่า ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยของที่พัก พื้นที่จอดรถสำหรับผู้เช่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในที่พัก มาตรการรักษาความปลอดภัยของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เช่า การตกแต่งและความสวยงามของที่พัก ระบบป้องกันอัคคีภัยภายในตัวอาคาร อายุของที่พัก ข้อบังคับหรือกฎระเบียบที่ผู้ให้เช่ากำหนดขึ้น พื้นที่ส่วนกลางสำหรับผู้เช่าหรือพื้นที่พักผ่อน และชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของกิจการ

ปัจจัยด้านราคา

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square พบว่า นักศึกษา และคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยด้านราคาแตกต่างกันใน 3 ประเด็น คือ ค่าเช่ารายเดือน ค่าใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน และค่าปรับเมื่อจ่ายค่าเช่าไม่ตรงเวลา มีรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 3 สำหรับปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงานไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ค่าใช้ไฟฟ้าต่อหน่วย ค่าใช้น้ำต่อหน่วย เงินค่าประกันความเสียหาย ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่ต้องจ่ายจริงต่อเดือน กำหนดเวลาจ่าย ค่าเช่าในแต่ละเดือน ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่ต้องจ่ายจริงก่อนเข้าพัก เงินค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก ค่าใช้เคเบิลทีวี ต่อเดือน วิธีการหรือรูปแบบการชำระเงินค่าเช่า และค่าเช่าเครื่องใช้ไฟฟ้าต่อเดือน

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและ
คนทำงาน

ปัจจัยด้านราคา	นักศึกษา (355)	คนทำงาน (245)	รวม (600)	Chi Sq. Sig.
ค่าเช่ารายเดือน	313 88.2%	238 97.1%	551 91.8%	15.565 0.000**
ค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตต่อเดือน	120 33.8%	62 25.3%	182 30.3%	4.952 0.026*
ค่าปรับเมื่อจ่ายค่าเช่าไม่ตรงเวลา	39 11.0%	12 4.9%	51 8.5%	6.908 0.009**

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยด้านที่ตั้ง

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square พบว่า นักศึกษา และคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยด้านที่ตั้งไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น สำหรับปัจจัยด้านที่ตั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เรียงตามลำดับมากไปน้อย ได้แก่ ตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาหรือที่ทำงาน ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งขายอาหารความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าหรือออกจาก ที่พัก ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งขายสินค้า ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบที่พัก ความปลอดภัยของเส้นทางคมนาคม และตั้งอยู่ติดกับถนนสายหลัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square พบว่า นักศึกษา และคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เรียงตามลำดับมากไปน้อย ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักที่ได้รับจากคนรู้จัก ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักที่ได้รับจากผู้ให้เช่า ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผู้ให้เช่า การให้เวลายืดหยุ่นในการจ่ายค่าเช่าในแต่ละเดือน และการให้ส่วนลดหรือสิทธิพิเศษรูปแบบต่าง ๆ แก่ผู้เช่า

ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square พบว่า นักศึกษา และคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยด้านผู้ให้บริการแตกต่างกันใน 3 ประเด็น คือ มนุษย์สัมพันธ์หรืออัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ การให้ข้อมูลและคำแนะนำของผู้ให้บริการ และมาตรฐานการให้บริการที่เท่าเทียมกัน มีรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 4 สำหรับปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงานไม่แตกต่างกัน ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือของผู้ให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ของ ผู้ให้บริการ คุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ กิริยามารยาทและการใช้คำพูดของผู้ให้บริการ ความซื่อสัตย์สุจริตของ ผู้ให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการของผู้ให้บริการ ความถูกต้องในการให้บริการของผู้ให้บริการ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของผู้ให้บริการ ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ และ บุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงาน

ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ	นักศึกษา (355)	คนทำงาน (245)	รวม (600)	Chi Sq. Sig.
มนุษย์สัมพันธ์หรืออัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ	194 54.6%	113 46.1%	307 51.2%	4.217 0.040*
การให้ข้อมูลและคำแนะนำของผู้ให้บริการ	164 46.2%	134 54.7%	298 49.7%	4.186 0.041*
มาตรฐานการให้บริการที่เท่าเทียมกัน	124 34.9%	61 24.9%	185 30.8%	6.840 0.009**

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการวิเคราะห์ค่า Chi-square พบว่า นักศึกษา และคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันใน 6 ประเด็น คือ กล้องวงจรปิด สัญญาณอินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ระบบคีย์การ์ด การให้บริการที่พักสำหรับทุกอาชีพ และการมีบริการจัดสรรพื้นที่ห้องพักสำหรับนักศึกษาและคนทำงานหรือโซนนิ่ง (Zoning) มีรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 5 สำหรับปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงานไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ที่จอดรถ การให้บริการที่พักสำหรับทุกเพศ ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ เจ้าหน้าที่ดูแลที่พัก แม่บ้าน เคเบิลทีวี ลิฟท์ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ถึงดับเพลิง บันไดหนีไฟ บริการทำความสะอาดห้องพัก ร้านค้าในที่พัก และร้านอาหารในที่พัก

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงาน

ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	นักศึกษา (355)	คนทำงาน (245)	รวม (600)	Chi Sq. Sig.
กล้องวงจรปิด	255 71.8%	153 62.4%	408 68.0%	5.864 0.015*
สัญญาณอินเทอร์เน็ต	246 69.3%	133 54.3%	379 63.2%	14.037 0.000**
เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ	237 66.8%	139 56.7%	376 62.7%	6.228 0.013*
ระบบคีย์การ์ด	200 56.3%	117 47.8%	317 52.8%	4.285 0.038*
การให้บริการที่พักสำหรับทุกอาชีพ	114 32.1%	132 53.9%	246 41.0%	28.387 0.000**
การมีบริการจัดสรรพื้นที่ห้องพักสำหรับนักศึกษาและคนทำงานหรือโซนนิ่ง (Zoning)	11 3.1%	20 8.2%	31 5.2%	7.589 0.006**

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาและคนทำงานมีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในประเด็น 1) อายุ โดยคนทำงานมีอายุมากกว่านักศึกษา 2) สถานภาพสมรส โดย คนทำงานมีสถานภาพโสดน้อยกว่าและมีสถานภาพสมรสมากกว่านักศึกษา 3) รายได้ต่อเดือน พบว่า คนทำงานมีรายได้สูงกว่านักศึกษา 4) ระดับการศึกษา พบว่าคนทำงานและนักศึกษามีระดับการศึกษาแตกต่างกัน 5) จำนวนสมาชิกในห้องพัก โดยนักศึกษาค่าจะพักคนเดียวเป็นส่วนใหญ่ในขณะที่คนทำงานส่วนใหญ่จะพักห้องละ 2 คนหรือมากกว่า และ 6) ระยะเวลาในการเช่าห้องพัก พบว่า คนทำงานมีแนวโน้มจะเช่าห้องพักนานกว่านักศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงนารถ อิ่มสอน และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ [13] ที่พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเช่าหอพัสดำเนินในด้านระยะเวลาที่อยู่แตกต่างกัน โดยผู้เช่าที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีระยะเวลาการเช่าน้อยกว่าผู้เช่าที่มีอาชีพอื่น ในส่วนการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักพบว่า นักศึกษามีแนวโน้มที่จะเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักมากกว่าคนทำงาน ในด้านยานพาหนะส่วนบุคคลพบว่า นักศึกษามีแนวโน้มที่จะใช้รถจักรยานยนต์มากกว่าคนทำงาน

ปัจจัยภายในห้องพักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงานมีเพียง 2 ปัจจัยที่ ผู้เช่าทั้งสองกลุ่มใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักแตกต่างกัน ได้แก่ สภาพภายในห้องพักว่าห้องเก่าหรือใหม่ ทั้งนี้ นักศึกษาคำนึงถึงสภาพภายในห้องพักมากกว่าคนทำงาน และรูปแบบของห้องพักที่มีให้เลือก โดยคนทำงานคำนึงรูปแบบของห้องพักที่มีให้เลือกมากกว่านักศึกษา ในขณะที่ ปัจจัยภายในห้องพักอีก 9 ปัจจัย ได้แก่ ขนาดของห้องพัก เพอร์นิเจอร์ที่มีไว้ในห้องพัก ห้องน้ำและสุขภัณฑ์ในห้องน้ำ บรรยากาศภายในห้องพัก เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีไว้ในห้องพัก สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก การระบายอากาศหรือการถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก การตกแต่งและความสวยงามของห้องพัก และฮวงจุ้ยของห้องพัก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับปัจจัยด้านที่พักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกันทั้ง 12 ปัจจัย คือ สภาพของอาคารว่าใหม่หรือเก่า ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยของที่พัก พื้นที่จอดรถสำหรับผู้เช่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในที่พัก มาตรการรักษาความปลอดภัยของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เช่า การตกแต่งและความสวยงามของที่พัก ระบบป้องกันอัคคีภัยภายในตัวอาคาร อายุของที่พัก ข้อบังคับหรือกฎระเบียบที่ผู้ให้เช่ากำหนดขึ้น พื้นที่ส่วนกลางสำหรับผู้เช่าหรือพื้นที่พักผ่อน และชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของกิจการ อย่างไรก็ตาม ขวลิต งามมีศรี และคณะ [16] ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการธุรกิจหอพักบริเวณรอบมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.692 ซึ่งถือว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงและมีความสัมพันธ์ทางบวก อธิบายได้ว่า หากปัจจัยย่อยมีสภาพดีมากขึ้นจะส่งผลให้ความสำเร็จของโครงการธุรกิจหอพักมีค่าเพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงานทั้งหมด 13 ปัจจัยพบว่า มี 3 ปัจจัยที่ผู้เช่าทั้งสองกลุ่มใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักแตกต่างกัน ได้แก่ ค่าเช่ารายเดือน ทั้งนี้ คนทำงานตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักโดยคำนึงถึงค่าเช่ารายเดือนมากกว่านักศึกษา ในด้านค่าใช้จ่ายอื่นต่อเดือน และค่าปรับเมื่อจ่ายค่าเช่าไม่ตรงเวลา นักศึกษาคำนึงถึง 2 ปัจจัยนี้มากกว่าคนทำงาน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านราคาของผู้เช่าทั้ง 2 กลุ่ม คำนึงถึงมากกว่าปัจจัยอื่น คือ ค่าเช่ารายเดือน สอดคล้องกับศุภมาส ก้อนพิลา และกรวิทย์ ชัยอมรไพศาล [12] ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาของผู้เช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่พิจารณาค่าเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือนในระดับมาก

ปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงาน ทั้งหมด 13 ปัจจัยพบว่า มี 3 ปัจจัยที่ผู้เช่าทั้งสองกลุ่มใช้ตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักแตกต่างกัน ได้แก่ การให้ข้อมูลและคำแนะนำของผู้ให้บริการ โดยคนทำงานคำนึงถึงปัจจัยนี้มากกว่านักศึกษา ในด้านมนุษยสัมพันธ์ หรืออัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ และมาตรฐานการให้บริการที่เท่าเทียมกันโดยนักศึกษาคำนึงถึง 2 ปัจจัยนี้มากกว่าคนทำงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุริศา ตรีธนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์ [11] ที่พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ต้องการให้พนักงานประจำหอพักมีใจรักบริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงานทั้งหมด 19 ปัจจัยพบว่า มีปัจจัยที่แตกต่างกัน 6 ปัจจัย แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยที่คนทำงานใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนมากกว่านักศึกษา คือ การให้บริการที่พักรับรองทุกอาชีพ และการมีบริการจัดสรรพื้นที่ห้องพักสำหรับนักศึกษาและคนทำงานหรือโซนนิ่ง สำหรับ 4 ปัจจัย ที่นักศึกษาใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนมากกว่าคนทำงาน ได้แก่ กล้องวงจรปิด สัญญาณอินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ และระบบคีย์การ์ด ทั้งนี้ ผลการวิจัยของ Sawyerr & Yosof [17] ระบุว่า นักศึกษาจะไม่พึงพอใจเมื่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จัดเตรียมไว้ภายในห้องพักไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง

ปัจจัยด้านที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษาและคนทำงาน เรียงตามลำดับมากไปน้อย ได้แก่ ตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาหรือที่ทำงาน ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งขายอาหาร ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าหรือออกจากที่พัก ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งขายสินค้า ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบที่พัก ความปลอดภัยของเส้นทางคมนาคม และตั้งอยู่ติดกับถนนสายหลัก สอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภามาส ก้อนพิลา และกรวิทย์ ชัยอมรไพศาล [12] ที่พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่ผู้เช่าห้องพักพิจารณาในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาด ทำเลที่ตั้งของห้องพักมีรถสาธารณะผ่าน ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Singla & Bendigiri [18] พบว่า ระยะทางระหว่างที่พักกับสถานที่ทำงาน สถานศึกษา และจุดให้บริการขนส่งสาธารณะ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายของผู้เช่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาค่าเช่า กล่าวคือ ระยะทางที่ใกล้ขึ้นจะส่งผลให้ราคา ค่าเช่าลดลง และในทางตรงข้ามระยะทางที่ไกลจะช่วยให้ผู้ประกอบการตั้งราคาค่าเช่าให้สูงขึ้นได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของชวลิต งามมีศรี และคณะ [16] ที่พบว่า ถ้าระยะทางมีค่าน้อยลงจะส่งผลให้ความสำเร็จของโครงการธุรกิจหอพักบริเวณรอบมหาวิทยาลัยมีค่าเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าทั้งสองกลุ่มมากที่สุด คือ ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักที่ได้รับจากคนรู้จัก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณพัชญ์ สุพพัชรภรณ์ และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น [8] ที่พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักโดยการแนะนำจากคนรู้จัก

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าห้องพักรายเดือนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักศึกษาควรเริ่มปรับตัวรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนทำงานซึ่งมีรายได้สูงกว่า และมีแนวโน้มจะเช่าห้องพักรายเดือนมากกว่ากลุ่มนักศึกษา โดยการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจในประเด็นต่าง ๆ ที่คนทำงานใช้ในการตัดสินใจเลือก

เช่าห้องพัก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มคนทำงาน ในประเด็นต่าง ๆ เช่น

1. ควรมีห้องพักให้ผู้เช่าสามารถเลือกได้หลากหลายรูปแบบ ในระดับราคาที่แตกต่างกัน เช่น ห้องพักเดี่ยว ห้องพักคู่ ห้องพักสำหรับครอบครัว เป็นต้น เพื่อให้สามารถรองรับลูกค้าได้ทั้งกลุ่มนักศึกษา และกลุ่มคนทำงานที่มีครอบครัวแล้ว

2. ควรจัดหาหรือปรับปรุงสถานที่จอดรถให้สามารถรองรับรถจักรยานยนต์และรถยนต์ของผู้เช่าได้อย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย

3. ควรตรวจสอบอัตราค่าเช่ารายเดือน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เรียกเก็บจากผู้เช่าว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมหรือไม่ โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และคำนึงถึงคุณค่า (Value) ที่ผู้เช่าได้รับ

4. ควรฝึกฝนพัฒนาผู้ให้บริการทั้งในด้านการมนุษยสัมพันธ์ มาตรฐานการให้บริการ และให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับธุรกิจ ทำให้สามารถตอบคำถาม ตลอดจนให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เหมาะสมแก่ผู้สนใจเช่าห้องพัก รวมถึง ผู้เช่าปัจจุบัน

5. ควรเพิ่มเติมบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็น เพื่อให้ผู้เช่าเกิดความรู้สึกพึงพอใจ มั่นใจ ปลอดภัย และสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น เช่น กล้องวงจรปิด สัญญาณอินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ เป็นต้น

6. ควรเริ่มจัดสรรพื้นที่ห้องพักแยกส่วนกันสำหรับผู้เช่ารายใหม่ที่เป็นนักศึกษาและคนทำงาน ด้วยการแยกอาคารหรือแยกชั้นผู้เช่าแต่ละกลุ่ม เป็นต้น

ทั้งนี้ ในบทความฉบับนี้ได้นำเสนอประเด็นต่าง ๆ ที่กลุ่มคนทำงานใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักไว้ ซึ่งมีทั้งประเด็นที่แตกต่างและไม่แตกต่างไปจากกลุ่มลูกค้าเดิมที่เป็นนักศึกษา ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านต่าง ๆ อาทิ ภายในห้องพัก บริเวณโดยรอบที่พัก การกำหนดราคา การเลือกทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการขาย ผู้ให้บริการ การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Binary Logistic Regression Analysis) หรือ ศึกษาองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

References

- [1] Kasikorn Research Center. (2018). *Business ideas in 2019*. Retrieved on May 30, 2019, from: <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Business-Trend-2019.pdf>. (In Thai)
- [2] Apartment Business Trade Associate. (2018). *About the association*. Retrieved on May 30, 2019, from: <http://abta.or.th>. (In Thai)
- [3] Thai Apartments & Rooms Rental Trade Association. (2018). *Objectives and regulations*. Retrieved on May 30, 2019, from: <http://www.tarasiam.com>. (In Thai)

- [4] Kasikorn Research Center. (2017). *How to invest successful in apartment building*. Retrieved on May 30, 2019, from: <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Right-Investment-Apartment.pdf>. (In Thai)
- [5] Policy and Planning Division, Chiang Mai Rajabhat University. (2016). *Area plan*. Retrieved on July 30, 2020, from: <http://www.plan.cmru.ac.th/documents/univ/PlanArea.pdf>. (In Thai)
- [6] Rungruangphon, W. (2009). *Principles of marketing*. (5th Ed.). Bangkok: Misterkopy (Thailand). (In Thai)
- [7] Smithikrai, C. (2013). *Consumer behavior*. (3rd Ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- [8] Sukpatcharaporn, N., & Klunklin, P. (2019). Behavior of undergraduate students towards renting accommodations in Mueang Chiang Mai district. *Journal of Graduate Research*, 10(2), 213-227. (In Thai)
- [9] Sangsuwan, V., Phewngam, N., & Worawattanaparinya, S. (2017). Factors influencing the selection of a private residence for students of Kasetsart University Sriracha Campus. *Journal of Technical Education Rajamangala University of Technology Thanyaburi*, 5(2), 54-66. (In Thai)
- [10] Banchongjit, N., & Tochaiwat, K. (2013). *The factors affecting the decision to rent a house around rangsit university*. Proceeding of Built Environment Research Associates Conference, BERAC 4 (413-417). Pathum Thani: Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University. (In Thai)
- [11] Theetanapat, S., & Pasunon, P. (2015). The factors affecting the decision to rent private dormitory of Silpakorn Unveristy Sanamchandra palace campus's students. *Veridian E-journal Slipakorn University: Humanities, Social Sciences and Arts*, 8(2), 1440-1453. (In Thai)
- [12] Konpila, S., & Chai-amonphaisal, K. (2018). Marketing's mix for decision to use service of dormitory in Tambon Chang Puek, Muang District, Chiang Mai Province. *Journal of Graduate Research*, 9(1), 201-215. (In Thai)
- [13] Imsorn, P., & Archarungroj, P. (2015). Factors affecting apartment rental behaviors of consumers in Phrakanong district, Bangkok. *Srinakharinwirot Business Journal*, 6(2), 134-144. (In Thai)
- [14] Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd Ed.). New York: John Wiley & Sons.

- [15] Pasunon, P. (2015). Validity of questionnaire for social science research. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University*, 18(18). 375-396. (In Thai)
- [16] Ngammeesree, C., Khumboon, R., Chuasuwan, A., Tantivisetthak, P., & Wongsrisoontorn, S. (2017). Key success factors for dormitory business locating around universities in Bangkok Metropolitan Region. *Suthiparithat*, 31(97). 220-233. (In Thai)
- [17] Sawyerr, P.T., & Yusof, N.A. (2013). Student satisfaction with hostel facilities in Nigerian polytechnics. *Journal of Facilities Management*, 11(4). 306-322.
- [18] Singla, H.K., & Bendigiri, P. (2019). Factors affecting rentals of residential apartments in Pune, India: An empirical investigation. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 12(6). 1028-1054.