แนวทางสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

Guidelines to Success in the Apartment Rental Business in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province

พรพรรณ สีเทียน และ ระวีวรรณ วจีสุวรรณ
Pornpan Seethian and Raveewan Wajeesuwan

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จและระดับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือบุคคลที่เป็นประชาชนผู้ใช้บริการห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากข้อมูลมีความสำคัญ จำนวน 400 ราย

ผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการใช้บริการห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ส่วนใหญ่มีตัดสินใจเช่าห้องเดี่ยวสตูดิโอ คิดเป็นร้อยละ 62.30 เลือกอะพาร์ตเมนต์แบบมีเฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 57.30 อาศัยอยู่คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.22) เมื่อพิจารณารายด้านมากไปหาน้อย 3 ลำดับ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.39) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.26) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.26) ด้านการส่งเสริมการตลาด องค์ประกอบของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.13) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความพึงพอใจอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.21) และด้านความภักดี อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.05) การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แนวทางสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ควรมุ่งเน้น 1.) มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี 2.) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่สะอาด 3.) ค่าเช่าค่าบริการเหมาะสมสอดคล้องกับทำเลและกลุ่มลูกค้า 4.) ควรปรับปรุงสถานที่ทันสมัยหรือต่อเทศกาลต่าง ๆ 5.) มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย 6.) ผู้ประกอบการมีใจรักงานบริการ ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำแก่ผู้เช่าหรือผู้รับให้บริการ 7.) บริการที่หลากหลาย 8.) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : แนวทางสู่ความสำเร็จ; ธุรกิจห้องเช่า; อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

Abstracts

This research aims to study the guidelines to success and the level of decision-making behavior on the service and the marketing mix that affect the success in operating the apartment rental business in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province. The population and sample were people who used the service of the rental apartment in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province. The sample was selected by using the nonprobability sampling method, and randomly selected the sample using purposive sampling method, which the sample size was 400 samples since the data was important. The research results were found that most the rented apartments were a single room or studio, representing 62.3 percent, most of the apartments were fully furnished, representing 57.3 percent, and the tenants live alone, representing 47.5 percent. Marketing mix influencing the overall apartment rental decision was at the most important level ($\bar{x}$= 4.22). When consider each aspect, it was found that the product aspect was at the most important level ($\bar{x}$ = 4.39), followed by distribution channel aspect at the most important level (mean $\bar{x}$= 4.26), and physical characteristic aspect at the most important level ($\bar{x}$ = 4.26) respectively. For marketing promotion aspect, the components of the overall success of the apartment rental business are at high important ($\bar{x}$= 4.13). When considering each aspect, it was found that the satisfaction was at the most important level ($\bar{x}$= 4.21), and loyalty was at a very important level ($\bar{x}$ = 4.05). The hypothesis testing on the marketing mix showed that the different marketing mix affects the success of the apartment rental business in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province differently with the statistically significant at 0.05. The guidelines to success in operating the apartment rental business in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province should focus on; 1.) Having good security system. 2.) Having sufficient facilities and keeping the place clean all the time. 3.) Rental fee and service fee suitable for the location and group of customers. 4.) Improving place regularly to be modernly or trendy to the new technology or the festivals. 5.) Having convenient and safe parking. 6.) Entrepreneurs having a service mind and able to provide the assistance and advice to the tenants or service recipients. 7.) Providing wide range of services. 8.) Applying of modern technology in public relations.

Key words : Guideline to success; Rental business; Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province.

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ทำให้ประชาชนทั่วไปมีทัศนคติ ค่านิยม ตลอดทั้งความจำเป็นที่แตกต่างกัน มีผลทำให้เกิดความต้องการในการเช่ามากกว่าการซื้อที่อยู่อาศัย ในการนี้ธุรกิจห้องเช่าจึงเป็นคำตอบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างมากกว่าการซื้อ ปัจจุบันพบว่าธุรกิจห้องเช่าเข้ามามีบทบาท ในการตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาจากส่วนภูมิภาคที่เข้ามาอยู่อาศัย เพื่อการทำงานหรือแม้กระทั่งการเข้ามาศึกษาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่และปริมณฑลจากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยในอดีตได้จัดทำและเผยแพร่ไว้ พบว่ายังมีช่องว่างหรือจุดที่ขาดหายไป คือ ยังไม่มีการวิจัยใดที่ทำเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ วิจัยนี้จึงเน้นการศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จและระดับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวซึ่งทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากข้อมูลมีความสำคัญและต้องให้บุคคลที่เป็นประชาชนผู้ใช้บริการห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.8 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 30.8 และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริหารห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกอะพาร์ตเมนต์เลือกเพราะเดินทางสะดวก ทำเลดี คิดเป็นร้อยละ 21.00 เหตุผลที่ย้ายอะพาร์ตเมนต์ เพราะย้ายสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 40.80 จะตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 35.50 จ่ายค่าเช่าอะพาร์ตเมนต์ต่อเดือน จำนวน 3,501-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีระยะเวลาอยู่อาศัย น้อยกว่า 1 ปี อาศัยอยู่คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 47.50 หาข้อมูลจากช่องทางจากญาติ/เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ตัดสินใจเช่าห้องเดี่ยวสตูดิโอ คิดเป็นร้อยละ 62.30 เลือกอะพาร์ตเมนต์แบบมีเฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 57.30 และแบบไม่มีเฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 42.80 และเลือกที่ตั้งอะพาร์ตเมนต์เพราะใกล้สถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 37.00

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ ผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.22) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.39) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.26) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.26) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.22) ด้านราคา อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.18) ด้านบุคลากร (ผู้จัดการและพนักงาน) อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.11) และด้านกระบวนการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.09) ตามลำดับ

องค์ประกอบของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในภาพรวมในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.13) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความพึงพอใจ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.21) และด้านความภักดี อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.05) ตามลำดับ โดยด้านความพึงพอใจ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.13) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อะพาร์ตเมนต์ที่ท่านอยู่มีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.81) รองลงมา พนักงาน/ผู้จัดการ ตอบสนองต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.29) พึงพอใจในบริการที่ได้รับจากพนักงาน/ผู้จัดการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.08) พนักงานมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่ทำ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 3.95) และพนักงาน/ผู้จัดการให้บริการเช่าโดยใช้มาตรฐานเดียวกันอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$= 3.91) ตามลำดับ และด้านความภักดี อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.05) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ท่านตั้งใจจะกลับมาใช้บริการอีกแน่นอน อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.13) รองลงมาคือ ท่านตั้งใจจะใช้บริการระยะยาวหากไม่มีเหตุจำเป็นที่ต้องย้าย อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 4.11) และท่านตั้งใจจะแนะนำเพื่อน/คนรู้จัด ให้มาใช้บริการเมื่อมีโอกาสอยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{x}$= 3.90) ตามลำดับ

แนวทางสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จากการวิเคราะห์เนื้อได้ดังนี้

1.) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจห้องเช่าอะพาร์ตเมนต์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า 1.1) ปัจจัยด้านทำเลและที่ตั้ง ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจอะพาร์ตเมนต์ คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง บริเวณรถไฟฟ้าบีทีเอส หรือรถไฟใต้ดิน ใกล้ห้างสรรพสินค้า-โรงพยาบาล แหล่งสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ 1.2) ปัจจัยเรื่องการออกแบบห้องพัก ให้มีความสะดวกสบาย ใช้วัสดุตกแต่งที่มีคุณภาพพร้อมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องปรับอากาศพร้อมเข้าอยู่อาศัย สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเช่าได้ อย่างน้อยควรต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ที่จำเป็นต่อการพักอาศัยไว้ให้กับลูกค้า 1.3) ปัจจัยเรื่องราคา ให้มีความเหมาะสมนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 1. 4) ปัจจัยเรื่องสภาพแวดล้อมบริเวณที่ตั้ง. หากบริเวณโดยรอบที่ตั้งอะพาร์ตเมนต์มีความสงบเงียบ ปราศจากเสียงรบกวน ก็จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น กรณีมีร้านค้า ร้านอาหาร ห้องสมุด โรงหนัง ร้านซักรีด และร้านซักผ้าอยู่ใกล้ ๆ จะช่วยให้การอยู่อาศัยในบริเวณนั้นสะดวก ประหยัด เวลา และช่วยเติมเต็มความต้องการในชีวิตประจำวันของผู้เช่าได้เป็นอย่างดี 1.5) ปัจจัยเรื่องความสะอาดเรียบร้อยภายในห้องพัก เป็นสิ่งจำเป็นอีกอย่างหนึ่งจะต้องมีการจัดห้องพักให้ น่าอยู่ มีแสงสว่างที่เพียงพอและมีอากาศที่ถ่ายเทสะดวก 1.6) ปัจจัยเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย จึงเป็นปัจจัยสำคัญด้านหนึ่งที่ผู้เช่านำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจด้วย และ 1.7) ปัจจัยเรื่องนิติบุคคล ควรมีการให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้เป็นอย่างดี และสามารถรับคำร้องเรียน นำมาปรับปรุงและพัฒนาอะพาร์ตเมนต์ต่อไป