

การศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจหอพักบริเวณรามคำแหง

Business Demand and Operation of Dormitory near Ramkhamhaeng area.

นางสาวจุฑารัตน์ เมืองประเสริฐ

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจหอพักบริเวณรามคำแหงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การวางแผนการตลาดจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ (เก็บแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด) และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีความต้องการผลการวิจัยพบว่าตลาดมีความต้องการในด้านห้องพักผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญห้องพักขนาดปานกลาง ลักษณะเป็นห้องสตูดิโอ ให้ผู้เช่าสามารถเลือกแบ่งพื้นที่ใช้สอยได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่ครบครัน 2) ยอดขาย จำนวนห้องทั้งหมด 52 และมีค่าเช่ารายเดือน เดือนละ 4500 บาทต่อห้อง 3) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ได้แก่มีการอธิบายขั้นตอนในการให้บริการตั้งแต่ผู้บริโภครู้สึกได้เข้ามาติดต่อสอบถามจนถึงการเลือกจองห้องพัก ทำสัญญาและเข้าพักอาศัย จนถึงขั้นตอนในการแจ้งยกเลิกหรือย้ายออกจากการใช้บริการห้องพัก ด้านการเงินธุรกิจได้แก่เงินลงทุนเริ่มต้น 10,789,4000 บาทประมาณดำเนินงานต่อปีอยู่ที่ 1,944,000 และการประมาณรายได้ต่อปีอยู่ที่ 5,467,000 จุดคุ้มทุนหรือระยะเวลาการคืนทุนจะสามารถตอบแทนการลงทุนภายใน 3 ปีกว่าๆ การปฏิบัติการได้แก่การศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้รู้ถึงคุณลักษณะของความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ และ 4) การวางแผนการตลาด ได้แก่กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix 7P's มาใช้ในการดำเนินการ และเน้นการส่งเสริมการตลาด โดยใช้การประชาสัมพันธ์การให้บริการห้องพักผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ และได้มีการจัดทำกระบวนการให้บริการห้องพักไว้อย่างมีระบบตามมาตรฐาน ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับหอพักที่มีอยู่เดิมได้

Abstract

Business Demand and Operation of Dormitory near Ramkhamhaeng area. The research purpose are to study 1) demand of the market, 2) sale, 3) business operation and 4) marketing planning by collecting date from target customers (from 200 respondents using sampling) and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

Results show that 1) Market needs are of current customers are not responded since many dormitories still doesn't meet their need. The customer's pay attention to medium-sized rooms and studio room style that customer can divide the living space Therefore; there are the advantages over than others since the dormitory is built to meet the customer's need in term of facilities, internal external environment and security. 2) Sale will be the total number of rooms is 52 and the monthly rent is 4500 baht per room, 3)

business operation in term of organization behavior explaining the process of providing services since consumers have come in to contact and inquire about the selection and booking rooms. Customers have to follow our contract, Staff will take care until the procedure for notifying, canceling or moving out of the dormitory, business finance this project has total investment of 10,789,400 baht for the land as their own investments without any loans from financial institutions. Also, a period of payback is expected around 3 years 4 month 23 days. And, IRR of business is at 18 %. Additionally, NPV of the project life of 5 years is 2,814,919 baht. 4) Market planning such as

The finding indicated that the marketing promotions were applied in market entry strategy. Growth strategy focusing to the new market development with the modern lifestyle was implemented to achieve competitive advantages. The marketing mix 7P'S was also adopted in the process. An innovative technology was applied to guarantee the promptness and accuracy of services such as Facebook and line application.

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ให้เช่ารายเดือน ถือว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจเนื่องจากการขยายตัวของกรุงเทพฯ หอพักเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยเน้นเปิดรับคนที่เช่าพักอาศัยคือกลุ่มนักเรียนนักศึกษา หรือคนวัยทำงาน ซึ่งค่าเช่าหอพักจะถูกกว่าเมื่อเทียบกับค่าเช่าคอนโด ผู้เช่าจะจ่ายค่าเช่าหอพักและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าน้ำ, ค่าไฟ ฯลฯ ให้กับเจ้าของหอพัก นอกจากนี้ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนได้เป็นระยะเวลายาวนาน และตลาดธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอัตราการเติบโตในทุกๆด้าน จากข้อมูลทางด้านประชากร จากสำนักงานเขตบางกะปิ สถิติประชากรเขตบางกะปิ (7 มิถุนายน 2562) ประเทศไทยมีจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่แขวงหัวหมากทั้งหมด 67,710 คน แบ่งเป็นเพศชาย 30,674 คน เพศหญิง 37,036 คน จากการศึกษาข้อมูลทำให้ทราบว่า มีประชากรแฝงหรือบุคคลที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้เข้ามาศึกษาและทำงานมากขึ้น จึงทำให้มีคนเช่าที่พักอาศัย ไม่ได้มีที่อยู่เป็นของตัวเองมากขึ้น และยังคงแสดงให้เห็นว่ายังมีความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคอยู่

ในบริเวณรามคำแหง มีอัตราเช่าพักราคาเช่าปานกลาง-สูง แต่อาจมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ประกอบกับครอบครัวได้มีพื้นที่ถือครองที่ดินบริเวณรามคำแหง 69/1 ผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาที่ดินให้เกิดประโยชน์ใช้สอยและมีความเจริญ สามารถสร้างผลกำไรในระยะยาวได้ เนื่องจากเป็นที่ดินพร้อมติดแกวติดถนน สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งความต้องการของผู้จัดทำนั้นนอกจากจะนำที่ดินมาทำธุรกิจให้เกิดประโยชน์โดยหวังผลกำไรในระยะยาวแล้วยังสามารถสืบทอดกิจการต่อไปในอนาคต สามารถต่อยอดหารายได้เสริมต่างๆไม่ว่าจะเป็นให้เช่าที่บริเวณด้านล่างทำร้านอาหาร หรือร้านซักรีด เป็นต้น ซึ่งการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นสิ่งที่น่าลงทุนเหมาะสำหรับผู้ที่มียอดเงินและไม่ได้ใช้ประโยชน์ อีกทั้งที่ดินนั้นยังอยู่ในทำเลที่ดี จึงเหมาะแก่การลงทุนทำธุรกิจหอพักมากที่สุด เมื่อมีการลงทุนก่อสร้างแล้ว จะทำให้ที่ดินตรงนั้นมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ผู้จัดทำจึงสนใจในธุรกิจหอพักโดยจะเป็นหอพักขนาดกลาง ลักษณะเป็นอาคารที่พักอาศัย 4 ชั้น ให้บริการเช่าที่พักรวมบริการเสริมอื่นๆ แบบรายเดือน โดยทำเลหอพักติดถนนแคว้นรามคำแหง ซึ่งมีการเดินทางสะดวก อยู่ใกล้สถานีตำรวจหัวหมาก โรงพยาบาลรามคำแหง และมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยเป้าหมายลูกค้า คือคนวัยทำงานและนักศึกษาเป็นหลัก ห้องพักรจะเป็นลักษณะเรียบง่ายกว้างขวาง สะอาด เน้นพื้นที่ในการใช้สอยได้จริง มีบริการตู้ซักผ้าและตู้กดน้ำหยอดเหรียญให้ผู้เช่า เมื่อการลงทุน

มุ่งเน้นไปที่คนวัยทำงานหรือกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุอยู่ที่ประมาณ 20-40 ปี หอพักจึงต้องอาจลงทุนเพิ่มในส่วน ของ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น หรือเฟอร์นิเจอร์ และอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด
- 2 เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
- 3 เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ
- 4 เพื่อศึกษาการวางแผนการตลาดของธุรกิจเป็นระยะเวลา 5 ปี

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาพรวมของอุตสาหกรรมโดยรวม

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยมี 2 ประเภทใหญ่ คือ 1 เพื่อขาย ได้แก่ บ้านจัดสรร ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม 2 เพื่อเช่า ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท หอพัก บ้านเช่า ห้องชุดให้เช่าผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์อยู่อาศัย เพื่อเช่ามีมาเป็นเวลานานมากแล้ว ก่อนที่จะมีโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการขายที่เกิดขึ้นประมาณ 50 ปีมานี้ และ ผู้ทำธุรกิจที่อยู่อาศัยให้เช่าเป็นจำนวนมากนับหมื่นราย ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ธุรกิจที่อยู่อาศัยให้เช่าเป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการจำนวนมาก การแข่งขันสูง และเป็นธุรกิจที่มีมานานมาก กลไกตลาดจึงทำงานได้ค่อนข้างดี อัตราค่าเช่า ค่าบริการหากสูงกว่าตลาด (มติชนสุดสัปดาห์ ฉบับวันที่ 18 - 24 พฤษภาคม 2561)

ธุรกิจหอพักมีลักษณะคล้ายพาร์ทเมนท์มาก แต่ก็มีข้อที่แตกต่างคือส่วนใหญ่จะอยู่ใน ลักษณะของการให้นักศึกษาเช่าอยู่ตามกฎหมายจะเรียกว่าหอพักได้ต้องมีผู้อาศัยอยู่อาศัยตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป หอพักไม่จำเป็นต้องเป็นตึก เท่านั้น อาจจะเป็นห้องแถวธรรมดาทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประมาณการก่อสร้างและความกว้างของที่ดินเป็นหลัก สิ่งสำคัญที่ จำเป็นต้องรู้ก่อนเปิดธุรกิจหอพักคือ ต้องเรียนรู้เรื่องกฎหมายที่สำคัญและจำเป็นเพื่อไม่ให้มีปัญหาตามมาภายหลังซึ่งมี หลายอย่างที่มา เกี่ยวข้อง เช่น

- พรบ.ผังเมือง ต้องดูว่าพื้นที่เรานั้นอยู่ในโซนสีอะไรสามารถก่อสร้างได้หรือไม่
- พรบ.ควบคุมอาคาร เกี่ยวกับการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบที่ทางกฎหมายกำหนด
- พรบ.สิ่งแวดล้อม ถ้าเป็นพาร์ทเมนท์ที่มีขนาดมากกว่า 80 ห้อง ต้องทำรายงานศึกษาผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมก่อนเปิดใช้อาคารด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้เช่า มาจาก ปัจจัยต่างๆ เช่น

- ทำเลที่ตั้งดี สะดวกต่อการเดินทาง นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้เช่ามักใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกเช่า หากอพาร์ทเมนท์ให้เช่าอยู่ในทำเลที่ตั้งดี เช่น ในเขตชุมชน ใกล้ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถานศึกษา ฯลฯ ก็จะช่วยดึงดูดผู้เช่าได้มากยิ่งขึ้น

- สภาพแวดล้อมบริเวณที่ตั้งอพาร์ทเมนต์ หากบริเวณโดยรอบที่ตั้งอพาร์ทเมนต์ให้เช่ามีความสงบเงียบ ปราศจากเสียงรบกวนแต่สะดวกต่อการจับจ่ายซื้อหาเครื่องอุปโภคบริโภค ก็จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้นเช่นกัน
- รูปแบบอพาร์ทเมนต์ให้เช่ามีความสวยงามและทันสมัย ลูกค้าน่าจะเกิดความประทับใจนับตั้งแต่แรกเห็น กระทั่งตัดสินใจเช่าชมภายในห้องพักต่อไป
- ความสะอาดเรียบร้อยภายในห้องพัก มีการจัดห้องพักให้น่าอยู่มีแสงสว่างที่เพียงพอ และมีอากาศที่ถ่ายเทสะดวก
- สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ผู้ประกอบการควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพักอาศัยไว้ให้กับลูกค้า เช่น เตียง ที่นอน โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้เสื้อผ้า พัดลม เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น
- อัตราค่าเช่าพัก ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของอพาร์ทเมนต์ให้เช่ารวมถึงรายได้ของผู้เช่าแต่หากเป็นราคาที่เหมาะสม ผู้เช่าก็จะตัดสินใจได้ง่ายขึ้น
- ระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน โดยพื้นฐานผู้เช่าพักอาศัยย่อมต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้น ระบบรักษาความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่ผู้เช่านำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ

(ซอฟท์บิลส พลัส [ออนไลน์], 2561)

กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในอุตสาหกรรม

มีการจัดการกับคุณภาพการบริหาร กิจกรรม 5 ส. กำหนดกฎระเบียบ ในการทำงาน ให้แก่พนักงาน สืบหาความพึงพอใจและทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงาน มีการจัดทำ Job Description , Job Specification และการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานมีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงาน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ และเป็นแนวทางที่ดีในการปฏิบัติงาน และมีการปรับปรุงแผนการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้า สร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การรักษาความปลอดภัยและความสะอาด
2. กลยุทธ์ด้านราคา คือ มีการตั้งราคาห้องพักให้ต่ำ กว่าคู่แข่งขนาดเล็กน้อย รวมไปถึงค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า
3. กลยุทธ์ด้านสถานที่บริการ คือ ความสะดวกในการคมนาคม และความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของหอพัก
4. กลยุทธ์ด้านบุคลากร คือ ความเอาใจใส่ในงานบริการ หรือแก้ปัญหาของพนักงานและการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ
5. กลยุทธ์ด้านการให้บริการ คือ การอำนวยความสะดวกต่อการใช้บริการและจำนวนพนักงานที่ให้บริการ
6. กลยุทธ์ด้านบรรยากาศ คือ ความสะอาด ความร่มรื่น สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ และการตกแต่งบริเวณอย่างเป็นสัดส่วน
7. กลยุทธ์ด้านคุณภาพการให้บริการ คือ การบริการตามสัญญา โดยให้บริการตามข้อตกลงกับลูกค้าก่อนทำสัญญาเช่าพัก เพื่อเสริมสร้างหอพักให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

(จินจิรา สุวรรณไทร, 2551)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจหอพัก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือผู้บริโภครที่อาศัยในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก รวมถึงการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยปริมาณ โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคำถามที่ใช้นั้นได้มาจากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีปัจจัยในการเลือกใช้บริการหอพัก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P) เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยประเด็นคำถามที่ได้กำหนดไว้มีดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่ได้จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะต้องการทราบข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของพฤติกรรมการใช้บริการหอพักของผู้บริโภคใช้เลือกหอพัก จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะต้องการทราบข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการหอพักของผู้กรอกแบบสอบถาม เช่น ประสิทธิภาพการใช้บริการหอพัก สถานที่พักอาศัยปัจจุบัน จำนวนผู้ร่วมพักอาศัย และเหตุผลหลักที่ใช้เลือกหอพัก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหอพัก จำนวน 8 ข้อ โดยใช้การตั้งคำถามในเชิงส่วนประสมทางการตลาดในด้านบริการ (7P's) เพื่อต้องการทราบถึงข้อมูลปัจจัยต่างๆ ในการเลือกใช้บริการหอพัก

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อาศัยในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหงโดยผู้จัดทำได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อมูลดังนี้

- 1.กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคที่อาศัยในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง
- 2.ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการหอพักของผู้บริโภคที่อาศัยในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง
- 3.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหอพักของผู้บริโภคที่อาศัยในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลในด้านของประชากรศาสตร์มาวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าที่ได้คือ จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลจากการพฤติกรรมการใช้บริการหอพักของนักศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมต่างๆ
3. ข้อมูลในด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านการบริการมาวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปตามทฤษฎีประชากรศาสตร์ที่ผู้บริโภครายได้ในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ซึ่งค่าที่ได้มาจะสามารถแจกแจงจำนวน และคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของจำนวนที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ทั้งสิ้นจำนวน 200 คน ได้ผลจากการวิเคราะห์ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66 และเพศชายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีอายุเฉลี่ย มากกว่า 40 ปี ในสัดส่วนมากที่สุดอยู่ที่ ร้อยละ 44 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 21-30 ปี คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 36 และกลุ่มอายุเฉลี่ย 30-40 ปี คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 19 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 สถานภาพสมรส จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และสถานภาพหม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 59 ศึกษาในระดับ ปริญญาโท 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และส่วนน้อยที่สุดศึกษาในระดับปริญญาเอกจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 17 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.5 อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 อาชีพรับจ้างทั่วไปและค้าขาย จำนวนเท่ากัน 8 คน เกษียณอายุ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และอื่นๆอีกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีรายได้เฉลี่ย 26,177.34 บาท รายได้ มากสุด 120,000 บาท และรายได้ต่ำสุด 2,000 บาท และเมื่อจัดกลุ่มรายได้ มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือช่วงรายได้มากกว่า 30,000 บาท และรายได้อยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.50 และ 19.50 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างในช่วงรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.50 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 15,001-25,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5มากที่สุด รองลงมาได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21 รายได้ 5,001- 15,000 บาทจำนวน 33คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รายได้มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และ ต่ำกว่า 5,000 บาทจำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้การให้บริการห้องพัก

การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้การให้บริการห้องพักที่ผู้บริโภครายได้ในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง เช่น ประสิทธิภาพการให้บริการห้องพัก สถานที่พักอาศัยปัจจุบัน จำนวนผู้ร่วมพักอาศัย และเหตุผลหลักที่ใช้เลือกห้องพัก ซึ่งค่าที่ได้มาจะสามารถแจกแจงจำนวน และคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของจำนวนที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้กรอกแบบสอบถาม ทั้งสิ้นจำนวน 200 คน ได้ผลจากการวิเคราะห์ดังนี้ การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้

การใช้บริการห้องพักที่ผู้บริโภครู้สึกว่าอยู่ในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง เช่น ประสบการณ์การใช้บริการห้องพัก สถานที่พักอาศัยปัจจุบัน จำนวนผู้ร่วมพักอาศัย และเหตุผลหลักที่ใช้เลือกห้องพัก จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการห้องพักจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และไม่เคยใช้บริการห้องพักเลยจำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 30 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอาศัยบ้านของตนเองจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65 พักที่หอพัก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19 พักที่คอนโดมีเนียม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 พักที่บ้านเช่าจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ พักที่อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 3 ตามลำดับ จำนวนที่พักอาศัยร่วมกันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ร่วมกันมากกว่า 3 คนขึ้นไป จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 อยู่ร่วมกัน 2 คน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22 อยู่ร่วมกัน 3 คน จำนวน 37 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.5 และ อยู่ร่วมกัน 1 คนกับไม่มีผู้พักอาศัยร่วมด้วย มีจำนวนเท่ากัน 24 คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ เหตุผลหลักในการเลือกพักหอพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักหอพักด้วยเหตุผลต้องการพักอาศัยใกล้ที่ทำงานหรือสถานศึกษา จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ด้วยเหตุผลต้องการอิสระและความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ด้วยเหตุผลประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ด้วยเหตุผลประหยัดค่าใช้จ่ายโดยพักกับเพื่อน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และด้วยเหตุผลราคาคุ้มค่างับสวัสดิการที่ได้รับ จำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 3 ตามลำดับ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้บริโภครอคาดหวังจากหอพัก ส่วนใหญ่เลือกอุปกรณ์ภายในห้องพักมีครบครัน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 วัสดุตกแต่งที่ทันสมัยจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 กล้องวงจรปิด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 Wi-Fi จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ฟิตเนส จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.5 และสวนหย่อมบริเวณรอบอาคาร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ลิฟต์จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ส่วนน้อยที่สุดคือห้องนั่งเล่น/พื้นที่สวนกลางจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย

การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยที่ผู้บริโภครู้สึกว่าอยู่ในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยปัจจัยที่นำมาทำแบบสอบถามนั้นมาจากปัจจัยในด้านของส่วนประสมทางการตลาดทางด้านบริการ(7P) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้รู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ซึ่งค่าที่ได้มาจะสามารถแจกแจงจำนวน และคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของจำนวนที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้กรอกแบบสอบถาม ทั้งสิ้นจำนวน 200 คน ได้ผลจากการวิเคราะห์ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) เป็นส่วนผสมทางการตลาดที่นิยมนำมาเป็นเครื่องมือ หรือใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาด ในที่นี้จึงนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยมีหลักการการบริหารทั้งหมด 7P's ซึ่งหลักการใช้ก็คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากันอย่างลงตัวและเหมาะสม การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยที่ผู้บริโภครู้สึกว่าอยู่ในบริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยปัจจัยที่นำมาทำแบบสอบถามนั้นมาจากปัจจัยในด้านของส่วนประสมทางการตลาดทางด้านบริการ(7P) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้รู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

จะพบว่าในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญห้องพักขนาดปานกลาง 32.0 ตร.ม. ห้องสตูดิโอเป็นห้องโล่งๆ ให้เจ้าของห้องเลือกแบ่งพื้นที่ใช้สอยได้ มีแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์ครบ ไม่มีห้องครัว และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน เช่น เฟอร์นิเจอร์และสุขภัณฑ์คุณภาพดี มีเครื่องปรับอากาศ เเคเบิ้ล Internet เครื่องทำน้ำอุ่น มากที่สุด ปัจจัยด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญ ค่าเช่าห้องพักต่อเดือน 3,500- 5,000 บาท ไม่รวมค่าน้ำ ค่าไฟ ห้องพักขนาด

ปานกลาง ไม่มีห้องครัว และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญ ห้องพักอยู่ใกล้กับแหล่ง ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล ร้านอาหาร สถานีตำรวจ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในส่วนของ มีส่วนลดค่าเช่า หรือค่าบริการต่างๆ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้บริโภคให้ความสำคัญ เรื่องอสังหาริมทรัพย์ และมารยาทของพนักงาน เจ้าหน้าที่หอพักสามารถให้คำปรึกษาอย่างเต็มที่ และพร้อมบริการช่วยเหลือในด้านต่างๆ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมของที่พักมีความปลอดภัยสูง เช่น ทางเดินเข้า-ออกมีไฟฟ้าสว่าง มีกล้องวงจรปิด มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม. และสุดท้ายปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีการแจกแจงรายละเอียด ค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ถูกต้องแม่นยำ แสดงเงื่อนไขรวมถึงระเบียบต่างๆของหอพักอย่างชัดเจน

จากสรุปผลสำรวจและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสังเกต ในด้านทำเลที่ตั้งของที่พักกลุ่มผู้บริโภคต้องการ สถานที่ ๆ ห้องพักอยู่ใกล้กับแหล่งศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล ร้านอาหาร สถานีตำรวจ และใกล้ที่ทำงานเป็นหลักเนื่องจากการอยู่ใกล้ที่ทำงานสามารถช่วยประหยัดค่าเดินทางได้ นอกเหนือจากนี้ที่พักยังควรอยู่ในละแวกที่ปลอดภัยและ เข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้สะดวก

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติ หรือ STP (Segmentation Targeting Positioning) นอกจากนี้ จะเน้นการส่งเสริมการตลาด โดยใช้การประชาสัมพันธ์การให้บริการห้องพักผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ และได้มีการจัดทำกระบวนการให้บริการห้องพักไว้อย่างมีระบบตามมาตรฐาน ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

สรุปประเด็นสำคัญจากผลการวิจัยเพื่อนำข้อมูลไปใช้กับแผนธุรกิจ

จากสรุปผลสำรวจและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสังเกต กลุ่มผู้บริโภคนั้นต้องการที่พักที่ใกล้ที่ทำงาน เนื่องจากสะดวกในการเดินทาง นอกเหนือจากนี้ยังต้องการที่พักที่ใกล้ตัวเมือง เพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต ต้องอยู่ในละแวกที่ปลอดภัยและมีสภาพแวดล้อมที่ดี จะเห็นกลุ่มผู้บริโภคจะพยายามหาสิ่งที่ดีที่สุด และเปรียบเทียบอยู่ตลอดเวลาว่าหอพักที่อยู่นั้น ดีที่สุดสำหรับราคาที่จ่ายหรือไม่ โดยไม่ได้ยึดติดกับสถานที่ที่สามารถย้ายได้เมื่อหมดสัญญา

1. คุณภาพที่พัก

ผู้บริโภคให้ความสำคัญห้องพักขนาดปานกลาง 32.0 ตร.ม. ห้องสตูดิโอ เป็นห้องโล่ง ๆ ให้เจ้าของห้องเลือกแบ่งพื้นที่ใช้สอยได้ มีแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์ครบ ไม่มีห้องครัว และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน เช่น เฟอร์นิเจอร์และสุขภัณฑ์คุณภาพดี มีเครื่องปรับอากาศ เคเบิล Internet เครื่องทำน้ำอุ่น

2. ทำเลที่ตั้งของที่พัก

กลุ่มผู้บริโภคต้องการสถานที่ ๆ ห้องพักอยู่ใกล้กับแหล่งศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล ร้านอาหาร สถานีตำรวจ และใกล้ที่ทำงานเป็นหลักเนื่องจากการอยู่ใกล้ที่ทำงานสามารถช่วยประหยัดค่าเดินทางได้ นอกเหนือจากนี้ที่พักยังควรอยู่ในละแวกที่ปลอดภัยและ เข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้สะดวก

3. ราคาของห้องพัก

กลุ่มของผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคาของห้องพักมีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับลักษณะของห้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทางหอพักจัดเตรียมไว้ให้ แต่ผู้เช่าจะพยายามหาห้องพักที่ดีกว่าในราคาที่ใกล้เคียงกันโดย กลุ่มผู้อยู่อาศัยยินดีที่จะจ่าย ค่าเช่าห้องพักต่อเดือน 3,500- 5,000 บาท ไม่รวมค่าน้ำ ค่าไฟ ในห้องพักขนาดปานกลาง

4 ปัจจัยในการเลือกที่พัก

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคนั้น ประกอบไปด้วยหลายปัจจัย โดยกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญต่ปัจจัยต่าง ๆ ไม่เท่ากัน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในส่วนของ มีส่วนลดค่าเช่า หรือค่าบริการต่าง ๆ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้บริโภคให้ความสำคัญ เรื่องอัตราค่าเช่าและมารยาทของพนักงาน เจ้าหน้าที่หอพักสามารถให้คำปรึกษาอย่างเต็มที่ และพร้อมบริการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ถูกต้องแม่นยำ แสดงเงื่อนไขรวมถึงระเบียบต่างๆของหอพักอย่างชัดเจน และสุดท้ายปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ถูกต้องแม่นยำ แสดงเงื่อนไขรวมถึงระเบียบต่างๆของหอพักอย่างชัดเจน

การอภิปราย

ในปัจจุบันธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ให้เช่ารายเดือน ถือว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจเนื่องจากการขยายตัวของกรุงเทพฯ หอพักเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยเน้นเปิดรับคนที่เช่าพักอาศัยคือกลุ่มนักเรียนนักศึกษา หรือคนวัยทำงาน ซึ่งค่าเช่าหอพักจะถูกกว่าเมื่อเทียบกับค่าเช่าคอนโด ผู้เช่าจะจ่ายค่าเช่าหอพัก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าน้ำ, ค่าไฟ ฯลฯ ให้กับเจ้าของหอพัก นอกจากนี้ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนได้เป็นระยะเวลายาวนาน และตลาดธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอัตราการเติบโตในทุกๆด้าน (นางวิลาสินี สิทธิโสภณ, 2558) อธิบายว่าธุรกิจหอพักในปัจจุบันได้มีจำนวนผู้ประกอบการหอพักเพิ่มขึ้น ทำให้มีการแข่งขันกันสูง หอพักแต่ละหอพักจึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับยุคสมัยอีกด้วย เพื่อที่จะรองรับผู้ที่เข้าพักในหอพัก เพราะมีหอพักที่ขึ้นใหม่มากมาย ผู้ที่เข้าพักจึงต้องเลือกหอพักที่ดีที่สุดและมีความเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ได้ขยายหอพักให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ที่จะเข้าพักในหอพัก ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในเขตพื้นที่ที่มีมหาวิทยาลัยตั้งอยู่จะมีคนสนใจมาก เพราะใกล้สถานศึกษาสะดวกต่อการเดินทาง ผู้ที่จะเข้าพักในหอพักนั้นจะมีทางเลือกที่หลากหลายในการเข้าพักในหอพักใดหอพักหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของตัวผู้เข้าพักเอง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหอพักแต่ละแห่งจึงต้องกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ การรับผู้พักตามกฎหมาย และแยกประเภทผู้พักอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการธุรกิจ หอพักต้องสนใจผู้พักในเรื่องอำนวยความสะดวกภายในและระบบความปลอดภัย ฯลฯ

จากการศึกษาพบว่า ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นไม่ตรงกับความต้องการมากนัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 15,001-25,000 บาทมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีพฤติกรรมการใช้การให้บริการหอพักส่วนใหญ่เลือกพักหอพักด้วยเหตุผลต้องการพักอาศัยใกล้ที่ทำงานหรือสถานศึกษา จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้บริโภคคาดหวังจากหอพักส่วนใหญ่เลือกอุปกรณ์ภายในห้องพักมีครบครัน ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญห้องพักขนาดปานกลาง 32.0 ตร.ม. ห้องสตูดิโอ เป็นห้องโล่ง ๆ ให้เจ้าของห้องเลือกแบ่งพื้นที่ใช้สอยได้ มีแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์ครบ ไม่มีห้องครัว และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน เช่น เฟอร์นิเจอร์และสุขภัณฑ์คุณภาพดี มีเครื่องปรับอากาศ เคเบิล Internet เครื่องทำน้ำอุ่น มากที่สุด จึงทำให้ได้เปรียบมากกว่าหอพักอื่นๆ คือ ต้องสร้างตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งแวดล้อมภายใน-ภายนอก ความปลอดภัย อินเทอร์เน็ตสายตรงความเร็วสูง เป็นต้นซึ่งเป็นการทำให้ตรงกับความต้องการ นอกจากนี้หอพักยังต้องอยู่ใกล้กับแหล่งศูนย์การค้า

สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล ร้านอาหาร สถานีตำรวจ ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับลักษณะของห้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทางหอพักจัดเตรียมไว้ให้ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับหอพักที่มีอยู่เดิมได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจหอพักบริเวณรามคำแหง” ทำให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งหอพัก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติ และการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ซึ่งเป็นการศึกษาและคาดการณ์ล่วงหน้า ดังนั้น เมื่อจะดำเนินธุรกิจการเปรียบเทียบแผนที่วางไว้กับสภาวะแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริงขณะนั้น โดยจะต้องคำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจ และปัจจัยต่างๆ ที่สามารถส่งผลกระทบต่อการลงทุนทำ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 ในการเข้าไปเก็บข้อมูลผู้อาศัยอยู่หอพัก จะต้องเตรียมความพร้อมในการเข้าไปเก็บ ข้อมูล เตรียมแบบสอบถามที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ควรมีเก็บจำนวนข้อมูลที่มากขึ้น และการเก็บข้อมูลที่มีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างในการออกแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เช่าที่อาศัยอยู่หอพักที่แตกต่างกันในพื้นที่สำรวจ

5.3.2 ด้านการผลิต ในการทำธุรกิจหอพักผู้ลงทุนควรมีการพิจารณาเรื่องการลงทุน ตั้งแต่การเลือกทำเลที่ตั้งหอพักนั้นอยู่ในแหล่งชุมชน หรือมีความเจริญมากขึ้นในอนาคต พิจารณาสวนของการออกแบบและการก่อสร้างหอพัก ที่ถูกต้องตามกฎหมายและต้องพิจารณาถึงการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างเพราะถ้าได้ผู้รับเหมาไม่สามารถก่อสร้างได้เสร็จได้ตามเวลาจะทำให้มีผลกระทบต่อการเงินของกิจการ

5.3.3 ด้านการเงิน เนื่องเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง และมีความเสี่ยงสูง ดังนั้นผู้ลงทุนควรมีการพิจารณาถึง รายได้ค่าใช้จ่าย กำไร และผลตอบแทนการลงทุน ก่อนการลงทุนอย่างชัดเจน

5.3.5 ด้านบุคลากร จะต้องมีความรู้รายละเอียดแก่พนักงานให้มีความรู้และมีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ถูกต้องแม่นยำ แสดงเงื่อนไขรวมถึงระเบียบต่างๆของหอพักอย่างชัดเจน

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำการศึกษาอิสระฉบับนี้ จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้เลยหากปราศจากความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจากหลายท่าน ที่สำคัญยิ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ท่านรองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณา รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาอิสระฉบับนี้ นอกจากนี้ยังให้องค์ความรู้ คำแนะนำในการทำการศึกษาอิสระและ ข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาอิสระ รวมถึงชี้แนะข้อบกพร่องเพื่อแก้ไขให้การศึกษาอิสระฉบับนี้ของผู้ ศึกษาสำเร็จลุล่วงได้อย่างดีเยี่ยม และผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ สมจิตร์ ล้วนจำเริญ ได้ให้ความ กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบการศึกษาอิสระ ทั้งนี้ยังคอยชี้แนะแนวทางการปรับปรุงการศึกษาอิสระให้มีความ สมบูรณ์ขึ้น อีกทั้งผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับ CMOs (กฎการตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และองค์ความรู้แห่งปัญญาแก่ผู้ศึกษาจนสำเร็จเป็น มหาบัณฑิต

ผู้ศึกษาขอขอบคุณเพื่อนๆ ในหลักสูตร CMOs (กฎการตลาด ทุกคนที่ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ร่วมสุขร่วมทุกข์มาด้วยกันตลอดการศึกษาโดยเฉพาะคุณกัญญารัตน์ เชื้อขำ ที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและให้ กำลังใจแก่ผู้เขียน อันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นรูปธรรมและสำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายแต่สำคัญยิ่ง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ ให้พลังผลักดันให้เกิด กำลังใจ ความพยายามที่จะศึกษาหาความรู้ตลอดเวลา ทำให้ผู้ศึกษามีความมุ่งมั่นและความพยายามต่อการศึกษา ผ่านพันอุปสรรคต่างๆ มาจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ในการนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย และหาก เนื้อหาในฉบับดังกล่าวนี้ผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขอน้อมรับความผิดนั้นไว้แต่เพียงผู้เดียวและขออภัยมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

มติชนสุดสัปดาห์ ฉบับวันที่ 18 - 24 พฤษภาคม 2561 [ออนไลน์]. เผยแพร่วันอังคารที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ.2561.

เข้าถึงได้จาก https://www.matichonweekly.com/column/article_102793

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562). “สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัย กรุงเทพฯ - ปริมาณลด ไตรมาส 1 ปี 2562.” 29 พฤษภาคม 2562.

ซอฟต์แวร์บิส พลัส [ออนไลน์], 2561 “ความรู้เบื้องต้น ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ให้เช่า Apartment for Rent”

เข้าถึงได้จาก <http://www.softbizplus.com/apartment/593-apartment-for-rent>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท วีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.

จันจิรา สุวรรณไตร(2551). จันจิรา สุวรรณไตร. “การเพิ่มประสิทธิภาพห้องพัก กรณีศึกษา หอพักกรีนเพลส”

รายงานสัมมนาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ.2551

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2553). “รายงานตลาดที่อยู่อาศัย รามคำแหง -หัวหมาก –กรุงเทพฯกรีฑา.” 20 กรกฎาคม 2553.เข้าถึงได้

จาก https://www.reic.or.th/Upload/20150907220930_60109_1538133443_14548.pdf

รศ.ดร. ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2550) . การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน พิมพ์ครั้งที่1.โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รศ. เรียงรัก จำปาเงิน (2554).การจัดการการเงิน พิมพ์ครั้งที่2. บริษัท บุกเน็ท จำกัด

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) : หน้า 67-89 “มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว

(โรงแรม/รีสอร์ท/ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์/เกสต์เฮาส์)”. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2552.

ภวิศณัฐ ปฐมเจริญสุขชัย (2554). “แผนธุรกิจ Service Apartment เดอะพีคเรนเทล” การค้นคว้า อี สระ นี้ เป็น ส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554.

รัตนพันธ์ สมานประธาน (2554). “แผนธุรกิจหอพักรัตนเพลส.” การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่ง

ของการศึกษาดตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554.

มาตรฐานหอพัก กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2549). กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย

เสริชัย โชติพานิช. (มิถุนายน 2550). แนวคิดการบริหารทรัพยากรกายภาพ สำหรับโครงการที่อยู่อาศัย แ บ บ ร ว ม .วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,ฉบับที่ 2, 103-117.

สุธาสนี เทวารัตน์ (2558) .แนวทางการจัดการพื้นที่อพาร์ทเมนท์ที่เป็นสวัสดิการสำหรับพนักงานปฏิบัติการเพื่อให้

สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้พื้นที่: กรณีศึกษาหอพักโรงงานแปรรูปอาหาร ในเขตอุตสาหกรรม ภาคกลาง ของประเทศไทย วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตาม หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา

2558

DDproperty [ออนไลน์], (2561). “คอนโดฯ มาแรง - ธุรกิจหอพักกำลังตาย: วิฤติ ทางเลือก และทาง รอด” เผยแพร่
วันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ.2561.

นางวิลาสินี สิริโสภณ,(2558).กฎหมายว่าด้วยหอพัก กลุ่มงานกฎหมาย ๓ สำนักกฎหมายเข้าถึงได้
จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1721