

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกห้องเช่าของคณงานโรงงาน
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน
MARKETING MIXES AFFECTING DECISION ON ROOM RENTAL
OF GARMENT INDUSTRIES WORKER IN BANGBON DISTRICT

สิริศักดิ์ กิตติสิริศักดิ์¹ วิชากร เสงษ์ภูกุล² พุฒิธร จิรายุส³

Sirisak Kittisirisak, Vichakorn Hengsadeeikul, Puttithorn Jirayus

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน และ 2. เพื่อนำเสนอถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอนจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานที่ใช้วิธีการสถิติ มาตรฐาน t-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุที่ 36-45 ปี ตำแหน่งคณงาน ระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และจำนวนผู้พักร่วมด้วย 1 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน มากที่สุดคือ ด้านราคาเช่า ($\bar{X}$ = 3.52) รองลงมาคือ ด้านห้องเช่า ($\bar{X}$ = 3.51) ด้านกระบวนการในการเช่า ($\bar{X}$ = 3.46) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X}$ = 3.43) ด้านกายภาพของห้องเช่า ($\bar{X}$ = 3.31) ด้านเจ้าหน้าที่ดูแลห้องเช่า ($\bar{X}$ = 3.13) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ = 3.07) ตามลำดับ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอนพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำให้การตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ ตำแหน่งงาน รายได้ระดับการศึกษา และจำนวนคนที่พักร่วมด้วย ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุ การตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องเช่าไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ (Keyword): ส่วนประสมทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ; ห้องเช่า

Received: 2020-08-06 Revised: 2020-08-31 Accepted: 2020-08-31

^{1 2 3} หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชีย
อาคเนย์ Master of Business Administration Program, Business Administration, Graduate
School, Southeast Asia University. E-mail: mapingloving@hotmail.com

Abstract

This research aimed to study level of marketing mix's affecting decision on room rental of garment industries worker in Bangbon 2) and to present comparison of marketing mix toward the decision on room for the garment industry workers in Bang Bon district. The sample consists of the worker 400 people in garment factory in Bangbon. Was obtained through a sampling. The statistical methods were analyzed by the frequency, percentage, average, standard deviation, t-test and the analysis of variance (One-Way ANOVA. The research results were found that the sample population comprised 400 The majority of respondents were female, 36-45 years of age, job position in worker level, salary approximately below 10,000 baths, graduated in high school and have 1 roommate. The level of marketing factor issues toward the decision on room rental of garment industries worker in Bangbon was in more level. When considering each aspect, it was found that the first priority was the price ($\bar{X}$ = 3.52), product ($\bar{X}$ = 3.51), process ($\bar{X}$ = 3.46), place ($\bar{X}$ = 3.43), physical evidence ($\bar{X}$ = 3.31), people ($\bar{X}$ = 3.13) and promotion ($\bar{X}$ = 3.07) respectively. The marketing mix's issues toward on the room rental of garment industries worker in Bang Bon with the different job position, income, education and roommate number. Sex and age were not different.

Keyword: Marketing Mix's; Making Decision; Room Rental

บทนำ (Introduction)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ธุรกิจ ห้างเช่าว่าเป็นธุรกิจที่มีผู้คนให้ความสนใจที่จะเข้ามาทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ลงทุนที่มีที่ดินและต้องการนำที่ดินมาพัฒนาให้เกิดเม็ดเงิน หรือผู้ที่ต้องการทำธุรกิจโดยเริ่มตั้งแต่ซื้อที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาห้างเช่าหรือการเข้าซื้อกิจการจากผู้ลงทุน ธุรกิจห้างเช่ามาบริหารงานต่อ เนื่องจากธุรกิจห้างเช่าสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ทำธุรกิจได้ทุกเดือนจากรายได้ของผู้เช่า รวมถึงมีสินทรัพย์ที่จะสามารถขายต่อในระยะข้างหน้าได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

ในการทำธุรกิจห้างเช่า ณ ขณะนี้ เต็มไปด้วยความท้าทายจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ทั้งจากการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งไม่เพียงจะมาจากในกลุ่มธุรกิจห้างเช่าที่เกิดขึ้นใหม่ แต่การเกิดขึ้นของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมเป็นจำนวนมากในหลายพื้นที่ทำให้เกิดการแข่งขันขึ้น และส่งผลต่อราคาเช่าห้างเช่าและอัตราการเข้าพักเช่นกัน นอกจากนี้สำหรับผู้ที่จะลงทุนทำธุรกิจต้องเผชิญกับต้นทุนที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นราคาที่ดิน ค่าการก่อสร้างและการบริหารจัดการห้างเช่า ขณะที่ในระยะข้างหน้าจากกฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่อาจจะมีการ

บังคับใช้ในปี 2562 จะทำให้ผู้ลงทุนธุรกิจห้องเช่าในพื้นที่ย่านธุรกิจที่ราคาที่ดินปรับตัวสูงขึ้นจะมีภาระรายจ่ายภาษีที่สูง

ดังนั้น โอกาสในการลงทุนทำห้องเช่าก็คงยังมีอยู่ เพียงแต่การเข้ามาลงทุนนั้นจำเป็นต้องศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการลงทุนและนำมาวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งการเริ่มทำธุรกิจห้องเช่ามีองค์ประกอบหลายประการที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การศึกษาตลาดของธุรกิจห้องเช่าและปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจเพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น ในพื้นที่ย่านธุรกิจหรือชุมชนหนาแน่นที่อยู่อาศัยเกิดขึ้นใหม่ๆ มักจะมีราคาสูง ซึ่งอาจจะเป็นโอกาสของธุรกิจห้องเช่า นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจ การบริหารจัดการรายได้ของธุรกิจและการคิดคำนวณระยะเวลาการคืนทุน เพื่อนำมาประกอบการจัดทำแผนการทำธุรกิจให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญในการทำธุรกิจห้องเช่าให้เช่าก็คือกลุ่มคนงานโรงงาน เนื่องด้วยราคาที่อยู่อาศัยและที่ดินในเมืองหลวงและปริมณฑลมีราคาสูง คนงานโรงงานมักไม่มีความสามารถในการซื้อเป็นเจ้าของได้จึงนิยมเช่าอยู่อาศัยมากกว่า โดยจะใช้กลุ่มคนงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในการเก็บข้อมูลงานวิจัย เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีส่วนการจ้างแรงงานสูงถึง 266,229 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7 ของแรงงานภาคการผลิตทั่วประเทศ โดย กรุงเทพมหานครปัจจุบันเป็นจังหวัดที่มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นจำนวนมากที่สุดคือ 1,336 โรงงาน มีจำนวนคนงาน 96,292 คน จากจำนวนโรงงานทั่วประเทศ 2,187 โรงงาน มีจำนวนคนงาน 266,229 คน โดยเฉพาะในเขตบางบอนซึ่งเป็นเขตที่มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมากเป็นอันดับ 2 รองจากเขตบางขุนเทียนและมีจำนวนคนงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับ 2 รองจากเขตบางคอแหลม (ข้อมูลธุรกิจอุตสาหกรรม ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2562) ซึ่งทำให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีความต้องการที่พักอาศัยที่เป็นแบบเช่ารายเดือนเพื่ออยู่อาศัยระหว่างการทำงานดังนั้นทำให้มีธุรกิจประเภทที่พักอาศัยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเช่น ห้องเช่า ห้องเช่า และคอนโดมีเนียมแบบรายเดือน เพื่อรองรับประชากรที่เข้ามาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมด้วยสาเหตุนี้จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจห้องเช่าให้เช่า เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการลงทุนและนำมาวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการให้ดีที่สุดก่อน

ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคนงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน” เพื่อจะได้นำมาเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์การทำธุรกิจให้เหมาะสมกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน
2. เพื่อนำเสนอถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัย เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน โดยการวิจัยเป็นเฉพาะคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน เท่านั้น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research)

2. กลุ่มเป้าหมาย

ประชากรในการวิจัย คือ คณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานครประชากรจำนวน 4,603 คน (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2562) โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973, p.125) โดยยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 5% หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ 357 คน แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ เพศ อายุ รายได้ ระดับศึกษา และจำนวนคนที่พักร่วมด้วย โดยคำถามเป็นแบบปลายปิดมีหลายคำตอบให้เลือก และเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชากร

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน จำนวน 21 ข้อคำถาม โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ประเมินคำตอบ โดยเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว กำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก

ตอนที่ 3 เป็นข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เพื่อการพัฒนาและปรับปรุง โดยคำถามเป็นแบบปลายเปิด เพื่อใช้ในการศึกษาความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เพื่อการพัฒนาและปรับปรุง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และทีมงานโดยผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยให้แก่คนงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรกลุ่มตัวอย่างและได้รับแบบสอบถามกลับมาครบถ้วนจำนวน 400 ชุด

3. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับและตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบในแบบสอบถามแต่ละฉบับและนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปทำการบันทึกในโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคนงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยวิธีการทางสถิติและประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ได้แก่ การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – Total Correlation และการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient Method) ตามวิธีของตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติที (t-test) สำหรับตัวแปรกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม และกรณีตัวแปรกลุ่มย่อยมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคนงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคนงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน

(n=400)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านราคาเช่า (Price)	3.52	1.14	มาก	1

ด้านห้องเช่า (Product)	3.51	1.18	มาก	2
ด้านกระบวนการในการเช่า (Process)	3.46	1.12	มาก	3
ด้านทำเลที่ตั้ง (Place)	3.43	1.21	มาก	4
ด้านกายภาพของห้องเช่า (Physical Evidence)	3.31	1.29	ปานกลาง	5
ด้านเจ้าหน้าที่ดูแลห้องเช่า (People)	3.13	1.28	ปานกลาง	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.07	1.35	ปานกลาง	7
รวม	3.35	.236	ปานกลาง	

จากข้อมูลในตารางที่ 1 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระดับมาก 4 ลำดับ ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านราคา (Price) (ค่าเฉลี่ย 3.52) ลำดับที่ 2 ด้านห้องเช่า (Product) (ค่าเฉลี่ย 3.51) ลำดับที่ 3 ด้านกระบวนการในการเช่า (Process) (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ลำดับที่ 4 ด้านทำเลที่ตั้ง (Place) (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง 3 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 5 ด้านกายภาพของห้องเช่า (Physical Evidence) (ค่าเฉลี่ย 3.31) ลำดับที่ 6 ด้านเจ้าหน้าที่ดูแลห้องเช่า (People) (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ ลำดับที่ 7 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

2. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
1. เพศ	✓	
2. อายุ	✓	
3. ตำแหน่ง	✓	
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	✓	
5. ระดับการศึกษา	✓	
6. จำนวนผู้พักร่วมด้วย	✓	

จากข้อมูลในตารางที่ 2 เปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ (.905) และด้านอายุ (.905)

058) แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่า ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ตำแหน่ง (.000) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (.000) ระดับการศึกษา (.000) และจำนวนผู้พักร่วมด้วย (.000) แตกต่างกัน กัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านราคาเช่า (Price) นั้นเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอนมากที่สุด โดยมีระดับความสำคัญทั้งในส่วนภาพรวมและเฉลี่ยรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาข้อมูลรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคณงานที่มีรายได้เฉลี่ยไม่สูงนัก การกำหนดราคาเช่า อัตราค่าน้ำค่าไฟ รวมทั้งอัตราการเก็บมัดจำ จะเป็นตัวแปรสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าที่สำคัญ ทั้งนี้ ระดับรายได้ของคณงานที่แตกต่างกันจะทำให้การตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของสงกรานต์ คงเพชร (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความเหมาะสมของราคาเป็นอันดับแรก โดยมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์แตกต่างกันเช่นกัน

ด้านห้องเช่า (Product) จะมีระดับความสำคัญรองลงมาจากด้านราคาเช่า (Price) ซึ่งด้านนี้มีค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการที่ห้องเช่ามีห้องน้ำและห้องสุขาในตัว ห้องเช่ามีขนาดห้องกว้างขวางไม่แออัด ห้องเช่ามีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ และห้องเช่ามีเฟอร์นิเจอร์พร้อมเข้าพักได้ทันที ตามลำดับ

ด้านกระบวนการในการเช่า (Process) จะมีระดับความสำคัญเป็นอันดับสาม ซึ่งมีค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับมาก มาก โดยให้ความสำคัญกับการที่การเช่าห้องเช่าจะมีสัญญาและระเบียบกำหนดไว้ชัดเจน ห้องเช่ามีการขอเอกสารเท่าที่จำเป็นและรักษาข้อมูลของผู้เช่าอย่างเข้มงวด การเลิกเช่าห้องเช่าทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก และห้องเช่ามีการจัดการกระบวนการที่ดี เช่นการจ่ายค่าเช่าได้สะดวกหรือการร้องเรียนที่ทำได้ง่าย ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฝนทิพย์ วงศ์สุภาตกุล (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ด้านทำเลที่ตั้ง (Place) เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอนเป็นอันดับสี่ มีค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยดังนี้ ห้องเช่าตั้งอยู่ในบริเวณที่ปลอดภัยไม่

เปลี่ยน ห้องเช่าอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน ห้องเช่าอยู่ใกล้กับตลาดหรือศูนย์การค้า และการเดินทางจากห้องเช่าสะดวก มีรถสาธารณะผ่าน ตามลำดับ

ด้านกายภาพของห้องเช่า (Physical Evidence) และด้านเจ้าหน้าที่ดูแลห้องเช่า (People) จะมีระดับความสำคัญเป็นอันดับห้าและหก มีค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอนน้อยที่สุดคือ โดยมีค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวลีย์ ประกอบมูล (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก นักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี ที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) น้อยที่สุดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 และมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

สำหรับการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจเลือกห้องเช่าของคณานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน ศึกษาโดยใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติ Independent-Samples T-Test และ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า เพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐรวิ อำทอง (2559) ได้ศึกษาเหตุผลในการเช่าอยู่ต่อหอพัก หมู่ 7 ตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้เนื่องจากการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยจะขึ้นอยู่กับทัศนคติและความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลไม่ว่าจะเป็นเพศชาย หรือเพศหญิง เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วย่อมเกิดความพึงพอใจ

อายุ แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐรวิ อำทอง (2559) ทั้งนี้เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยจากปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ราคา ค่าเช่า ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้น ถ้าหอพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามพักอาศัยสามารถตอบสนองความต้องการ ซึ่งผู้ที่มีอายุน้อยกับผู้ที่มีอายุมากต้องการหอพักที่อยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางเหมือนกันทั้งสองกลุ่มอายุ

รายได้ แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวาลย์ เวศย์วรุตม์ (2553) ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยด้านรายได้เป็นปัจจัยที่สามารถชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภค และรายดียังมีผลต่อชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ ส่วนระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเลือกห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในเขตบางบอน แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ (2556) ปัจจัยการตัดสินใจเลือกห้องพักในเขต นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ศึกษาศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า 32 ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าพักโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องมาจากระดับการศึกษาเป็นตัวแปรหนึ่งที่สะท้อนถึงระดับทางสังคมและรายได้ ผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความชอบ รสนิยม และพฤติกรรมการซื้อ ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. การนำจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่าของคณงานโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเขตบางบอน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการดำเนินการแก้ไขปัญหาด้านห้องเช่า (Product) ควรให้ความสำคัญต่อการออกแบบ ด้านราคาเช่า (Price) นั้นเป็นด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องเช่ามากที่สุด ควรมีการกำหนดให้เหมาะสม ด้านทำเลที่ตั้ง (Place) ควรเลือกทำเลที่ตั้งเพื่อความสะดวก ประหยัด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรต้องมีการนำเสนอและปรับเปลี่ยนการส่งเสริมการตลาดอยู่เรื่อย ๆ โดยอาจถามความเห็นจากกลุ่มเป้าหมายด้วยก็ได้ ด้านเจ้าหน้าที่ดูแลห้องเช่า (People) ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นกันเอง และยิ้มแย้มแจ่มใส ด้านกายภาพของห้องเช่า (Physical Evidence) ควรมีการจัดการให้บริการห้องเช่าสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่เสมอและด้านกระบวนการในการเช่า (Process) ควรให้ความสำคัญต่อการที่มีสัญญาและระเบียบกำหนดไว้ชัดเจน รวมทั้งมีการขอเอกสารเท่าที่จำเป็นและรักษาข้อมูลของผู้เช่าอย่างเข้มงวด เพื่อให้ผู้เช่ารู้สึกไม่ยุ่งยากและสามารถสร้างความมั่นใจต่อการเช่าห้องเช่า

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก หรือการสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการของผู้เช่าที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น และควรมีการวิเคราะห์เรื่องการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้เช่าให้มีความเหมาะสมกับระดับคุณภาพที่ต้องการต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2562). รายชื่อโรงงานที่รับอนุญาตประกอบกิจการ เดือนธันวาคม 2562, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://userdb.diw.go.th/fac_month/menu.asp
[13 มกราคม 2563]

- ชัชวาลย์ เวศย์วรุฒม์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ. (2554). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกห้องพักในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา หอพักซอยคุ้มเกล้า 32. **การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต**: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ณัฐวี อำทอง. (2559). เหตุผลในการเช่าอยู่ต่อห้องพัก หมู่ 7 ตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. **งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัย. พาณิชยศาสตร์: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฝนทิพย์ วงศ์สุชาติกุล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. **การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต**. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล. (2556). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี. **การค้นคว้าอิสระ**. คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). **ลงทุนถูกทาง ทำอพาร์ทเมนต์รายตั้งใจ**, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEANalysis/Pages/Right-Investment-Apartment.aspx> [10 มกราคม 2563]
- สงกรานต์ คงเพชร. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. **การค้นคว้าอิสระ**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Taro Yamane, (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**.^{3rd} Ed. New York. Harper and Row Publications.