

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือกลุ่มผู้ใช้บริการห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากผลการศึกษาสามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.2 มีอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 43.8 มีสถานภาพ โสด ร้อยละ 68.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 34.5 มีรายได้ต่อเดือน (รวมค่าอาหาร ค่าน้ำมัน ค่าเบี้ยขยัน และเงินพิเศษอื่นๆ) ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 46.0 มีอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 50.8 การพักอาศัยปัจจุบันคือ คนเดียว ร้อยละ 47.5 ค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของห้องพักในปัจจุบันคือ 1,001 – 2,000 บาท ร้อยละ 54.0 รูปแบบการชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า แบบคิดมิเตอร์แยก ร้อยละ 82.8 ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าห้องพักคือ มีคนแนะนำ ร้อยละ 59.5 ผู้มีส่วนตัดสินใจเลือกห้องพักคือ ตัวเอง ร้อยละ 64.0 ส่วนใหญ่เคยย้ายที่พักอาศัยห้องพัก ร้อยละ 61.5 เหตุผลหรือปัญหาที่ทำให้ตัดสินใจย้ายห้องพักคือ ถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่นเสียงดัง ร้อยละ 45.5 ปัญหาที่ประสบในการเช่าห้องพักในปัจจุบันคือ ถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่นเสียงดัง ร้อยละ 31.8

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากระียงลำดับคือ ด้านบุคคล รองลงมา ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความเหมาะสมของขนาดห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) กฎเกณฑ์การคัดเลือกผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน (เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.94) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.59) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) และผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.99) และกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อบริการเลือกเช่าหอพักของผู้ตอบแบบ

สอบถาม

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่สี่ภายในห้องพักที่ต้องการ คือ สีเหลืองอ่อน/ครีม (ร้อยละ 31.2) เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักที่ต้องการ คือ เตียง (ร้อยละ 94.0) สิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการที่ควรมีในบริเวณห้องพักรายเดือน คือ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญอัตโนมัติ (ร้อยละ 79.8) ค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของห้องพักรายเดือนที่ต้องการคือ 1,001 – 2,000 บาท (ร้อยละ 47.5) การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ ที่ต้องการ คือ จ่ายเดือนละครั้ง (ร้อยละ 71.8) การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ คือ จ่ายล่วงหน้า 1 เดือน (ร้อยละ 44.2) การชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้าที่ต้องการ แบบคิดมิเตอร์แยก (ร้อยละ 100.0)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักใน
เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ รายได้และอาชีพ

4.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขต
เทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 56 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบ
แบบสอบถามสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและค่าเฉลี่ยต่ำสุด จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	หญิง	ชาย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ความสงบเงียบ (ระดับมาก) ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก ความน่าเชื่อถือของเจ้าของห้องพัก (ระดับมาก)	ความสงบเงียบ (ระดับมาก) ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก (ระดับมาก)
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ระดับมาก) การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ (ระดับมาก)	ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ระดับมาก) การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ (ระดับมาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ห้องพักใกล้ที่ทำงาน (ระดับมาก) หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)	ห้องพักใกล้ที่ทำงาน (ระดับมาก) หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ระดับมาก) การโฆษณาทางวิทยุ (ปานกลาง)	การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ระดับมาก) การโฆษณาทางวิทยุ (ปานกลาง)

ตารางที่ 56 (ต่อ) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและค่าเฉลี่ยต่ำสุด จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	หญิง	ชาย
ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	การดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	การดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษา ของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	อธยาศัยของพนักงานและผู้ ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	อธยาศัยของพนักงานและผู้ ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ความรวดเร็วในการให้ความ ช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับ มาก)	ความรวดเร็วในการให้ความ ช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับ มาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	การจัดกิจกรรมสร้าง ความคุ้นเคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่ (ปานกลาง)	การจัดกิจกรรมสร้างความคุ้นเคย ระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปี ใหม่ (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	การป้องกันเสียงรบกวนจาก ภายนอก (ระดับมาก)	การป้องกันเสียงรบกวนจาก ภายนอก (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	เครื่องแบบ/การแต่งกาย และ บุคลิกพนักงาน (ปานกลาง)	เครื่องแบบ/การแต่งกาย และ บุคลิกพนักงาน (ปานกลาง)

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 57 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและค่าเฉลี่ยต่ำสุด จำแนกตามรายได้

ส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ความสงบเงียบ (ระดับมาก)	ความสงบเงียบ (ระดับมาก)	ความสงบเงียบ (ระดับมาก)
	ภาพพจน์ และชื่อเสียงของห้องพัก ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก (ระดับมาก)	ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก (ระดับมาก)	การมีร้านให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม (ระดับมาก)
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ระดับมาก)	ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ระดับมาก)	ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ระดับมาก)
	ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ระดับมาก)	การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ (ระดับมาก)	การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ (ระดับมาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	หอพักใกล้ที่ทำงาน (ระดับมาก)	หอพักใกล้ที่ทำงาน (ระดับมาก)	หอพักใกล้ที่ทำงาน (ระดับมาก)
	หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)	หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)	หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและค่าเฉลี่ยต่ำสุด จำแนกตามรายได้

ส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	การได้รับการแนะนำ จากคนรู้จัก (ระดับ มาก)	การได้รับการแนะนำ จากคนรู้จัก (ระดับ มาก)	การได้รับการแนะนำ จากคนรู้จัก (ระดับ มาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	การโฆษณาทางวิทยุ (ระดับปานกลาง)	การโฆษณาทางวิทยุ (ระดับปานกลาง)	การโฆษณาทางวิทยุ (ระดับปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงาน และผู้ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	การดูแล ให้ คำแนะนำ คำปรึกษา ของพนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก (ระดับ มาก)	การดูแล ให้ คำแนะนำ คำปรึกษา ของพนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก (ระดับ มาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	อธยาศัยของพนักงาน และผู้ที่ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	อธยาศัยของพนักงาน และผู้ที่ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	อธยาศัยของพนักงาน และผู้ที่ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ความรวดเร็วในการให้ ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับมาก)	ความรวดเร็วในการ ให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับ มาก)	ความรวดเร็วในการ ให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับ มาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	การจัดกิจกรรมสร้าง ความคุ้นเคยระหว่างผู้ เช่า เช่น การจัดงานปี ใหม่ (ระดับปานกลาง)	การจัดกิจกรรมสร้าง ความคุ้นเคยระหว่าง ผู้เช่า เช่น การจัดงาน ปีใหม่ (ระดับปาน กลาง)	การจัดกิจกรรมสร้าง ความคุ้นเคยระหว่าง ผู้เช่า เช่น การจัดงาน ปีใหม่ (ระดับปาน กลาง)

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและค่าเฉลี่ยต่ำสุด จำแนกตามรายได้

ส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	การป้องกันเสียง รบกวนจากภายนอก (ระดับมาก)	การป้องกันเสียง รบกวนจากภายนอก (ระดับมาก)	การป้องกันเสียง รบกวนจากภายนอก (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	เครื่องแบบ/การแต่ง กาย และบุคลิก พนักงาน (ระดับปาน กลาง)	เครื่องแบบ/การแต่ง กาย และบุคลิก พนักงาน (ระดับปาน กลาง)	เครื่องแบบ/การแต่ง กาย และบุคลิก พนักงาน (ระดับปาน กลาง)

4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 58 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและค่าเฉลี่ยต่ำสุด จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิตนักศึกษาและ อื่นๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด	ความสงบเงียบ (ระดับมาก)	ความสงบเงียบ (ระดับมาก)	ความสงบเงียบ (ระดับมาก)	ความสงบเงียบ (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด	ความครบครัน ของเฟอร์นิเจอร์ ภายในห้องพัก (ระดับมาก)	ความน่าเชื่อถือ ของเจ้าของ ห้องพัก (ระดับ มาก)	ความครบครัน ของเฟอร์นิเจอร์ ภายในห้องพัก (ระดับมาก)	ความน่าเชื่อถือ ของเจ้าของ ห้องพัก (ระดับ มาก)

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและค่าเฉลี่ยต่ำสุด จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาด บริการ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิตนักศึกษาและ อื่นๆ
ปัจจัยด้านราคา				
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด	ค่าเช่ารายเดือน เหมาะสมกับ ห้องพัก ความ เหมาะสมของการ เก็บค่าเช่าล่วงหน้า การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อน เช่า (ระดับมาก)	ค่าเช่ารายเดือน เหมาะสมกับ ห้องพัก (ระดับ มาก)	ค่าเช่ารายเดือน เหมาะสมกับ ห้องพัก (ระดับ มาก)	ความเหมาะสม ของการเก็บค่าเช่า ล่วงหน้า (ระดับ มาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด	การผ่อนผันการ ชำระค่าเช่าเป็น งวด ๆ (ระดับ มาก)	การผ่อนผันการ ชำระค่าเช่าเป็น งวด ๆ (ระดับ มาก)	การผ่อนผันการ ชำระค่าเช่าเป็น งวด ๆ (ระดับ มาก)	การผ่อนผันการ ชำระค่าเช่าเป็น งวด ๆ (ระดับ มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย				
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด	ห้องพักใกล้ที่ ทำงาน (ระดับ มาก)	ห้องพักใกล้ที่ ทำงาน (ระดับ มาก)	ห้องพักใกล้ที่ ทำงาน (ระดับ มาก)	ห้องพักใกล้ที่ ทำงาน (ระดับ มาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด	ห้องพักใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า (ระดับปานกลาง)	หอใกล้แหล่ง บันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)	หอใกล้แหล่ง บันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)	หอใกล้แหล่ง บันเทิงกลางคืน (ระดับปานกลาง)

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิตนักศึกษา และอื่นๆ
ปัจจัยด้านการส่งเสริม				
การตลาด				
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	การได้รับการ แนะนำจากคน รู้จัก (ระดับมาก)	การได้รับการ แนะนำจากคน รู้จัก (ระดับมาก)	การได้รับการ แนะนำจากคน รู้จัก (ระดับมาก)	การได้รับการ แนะนำจากคน รู้จัก (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ใบปลิวของ ห้องพัก (ระดับ ปานกลาง)	การโฆษณาทาง วิทยุ (ปานกลาง)	การโฆษณาทาง วิทยุ (ปานกลาง)	การโฆษณาทาง วิทยุ (ระดับปาน กลาง)
ปัจจัยด้านบุคคล				
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ผู้ดูแลห้องพัก สามารถดูแล ห้องพักให้เป็นไป ตามกฎ ระเบียบ ต่างๆ การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของ พนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	การดูแล ให้ คำแนะนำ คำปรึกษาของ พนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	การดูแล ให้ คำแนะนำ คำปรึกษาของ พนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	การดูแล ให้ คำแนะนำ คำปรึกษาของ พนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	อริยาศัยของ พนักงานและผู้ ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	อริยาศัยของ พนักงานและผู้ ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	อริยาศัยของ พนักงานและผู้ ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)	อริยาศัยของ พนักงานและผู้ ดูแลห้องพัก (ระดับมาก)

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิตนักศึกษา และอื่นๆ
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ				
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับมาก)	ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับมาก)	ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ระดับมาก)	การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	การจัดกิจกรรมสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่ (ระดับปานกลาง)	การจัดกิจกรรมสร้าง ความคุ้นเคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่ (ระดับปานกลาง)	การจัดกิจกรรมสร้าง ความคุ้นเคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่ (ระดับปานกลาง)	การจัดกิจกรรมสร้าง ความคุ้นเคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่ (ระดับปานกลาง)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ				
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ระดับมาก)	การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ระดับมาก)	การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ระดับมาก)	การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ระดับมาก)
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิกพนักงาน (ระดับปานกลาง)	เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิกพนักงาน (ระดับปานกลาง)	เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิกพนักงาน (ระดับปานกลาง)	ป้ายแสดงชื่อของห้องพักชัดเจนสวยงาม (ระดับปานกลาง)

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ อภิปรายผลตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิมนต์พร ผลดี (2553) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคล แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาถ วัติสู (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทัศนีย์ พวงสุตรัก (2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์แบบรายเดือนซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือด้านราคา

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการได้จัดเตรียมไว้เพื่อนำเสนอต่อลูกค้าโดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้กับลูกค้าอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาถ วัติสู (2550) อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) สิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ทัศนีย์ พวงสุตรัก (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิมนต์พร ผลดี (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาล วัติสู (2550) อลิษา ขวลิขิตจารีธรรม (2551) สิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ทศนีย์ พวงสุตรัก (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิมนต์พร ผลดี (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ ซึ่งรวมไปถึง การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจ เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นข้อกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาล วัติสู (2550) อลิษา ขวลิขิตจารีธรรม (2551) สิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ทศนีย์ พวงสุตรัก (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิมนต์พร ผลดี (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารการตลาดที่เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาล วัติสู (2550) อลิษา ขวลิขิตจารีธรรม (2551) สิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ทศนีย์ พวงสุตรัก (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนของนิมนต์พร ผลดี (2553) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย

ด้านบุคคล หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด รวมไปถึงลูกค้านักการตลาดที่จำหน่าย และบุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาล วัติสู (2550) อลิษา ขวลิขิตจารีธรรม (2551) สิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ทศนีย์ พวงสุตรัก (2553) นิมนต์พร ผลดี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

ด้านกระบวนการบริการ หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก

สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาถ วัติสู (2550) อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) สิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ทศนีย์ พวงสุครัก (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานิมิต์พร ผลดี (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การสร้างสภาพแวดล้อมในสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อบัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฏนาถ วัติสู (2550) อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) สิทธิพงษ์ ไสยวงศ์ (2551) ทศนีย์ พวงสุครัก (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนของนิมนต์พร ผลดี (2553) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 59 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	มาก	3
ด้านราคา	3.95	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.24	ปานกลาง	7
ด้านบุคคล	4.00	มาก	1
ด้านกระบวนการบริการ	3.80	มาก	5
ด้านลักษณะกายภาพ	3.85	มาก	4

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกห้องพักมีลำดับ ดังนี้ ด้านบุคคล รองลงมา ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับสุดท้าย คือด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ ความสงบเงียบ รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของ โครงสร้างอาคาร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก รองลงมา ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจ ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ หอพักใกล้ที่ทำงาน รองลงมาความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจ ทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การได้รับการ แนะนำจากคนรู้จัก รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยย่อยใน ระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลให้คำแนะนำคำปรึกษาของ พนักงานและผู้ดูแลห้องพัก รองลงมาความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ ความรวดเร็วใน การให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน

ตารางที่ 60 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ลำดับแรก

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด
1	การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก	4.33 (มาก)	ด้านลักษณะทางกายภาพ
2	ห้องพักใกล้ที่ทำงาน	4.19 (มาก)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
3	การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก	4.15 (มาก)	ด้านบุคลากร
3	ความสงบเงียบ	4.15 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
4	ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	4.14 (มาก)	ด้านกระบวนการให้บริการ
5	การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน	4.13 (มาก)	ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพัก 5 ลำดับแรก ดังนี้

การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (มาก) ซึ่งปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ

ห้องพักใกล้ที่ทำงาน เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สอง (มาก) ซึ่งปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 (มาก) ซึ่งปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร

ความสงบเงียบ เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 (มาก) ซึ่งปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 4 (มาก) ซึ่งปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 5 (มาก) ซึ่งปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูล ข้อค้นพบมาใช้เป็นประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ใช้เพื่อวางแผนและปรับปรุงบริการให้ตรงความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการบริการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัยเป็นลำดับที่ 3 โดยเฉพาะปัจจัยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกในเรื่องมีความสงบเงียบ รongลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร และ ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก ความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับที่ 4 โดยเฉพาะปัจจัยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกในเรื่อง การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก รongลงมาการจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน และระบบรักษาความปลอดภัย

ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องความเงียบสงบของห้องพัก โดยการติดประกาศให้ผู้เข้าพักทำตามกฎระเบียบของห้องพักคือไม่ส่งเสียงดัง และควรมีผู้ดูแลห้องพักอยู่ประจำสม่ำเสมอเพื่อชี้แจงและคอยตักเตือนผู้เข้าพักให้เข้มงวดตามกฎระเบียบของห้องพัก ซึ่งการที่ห้องพักที่เช่ามีความเงียบสงบไม่มีเสียงดังรบกวนย่อมทำให้ผู้พักอาศัยเกิดความรู้สึกที่ดีและส่งผลกระทบต่อารเช่าห้องพักได้นานและผู้เช่าย่อมจะเช่าในระยะยาว นอกจากนั้นควรมีพนักงานทำความสะอาดดูแลห้องพักทั้งบริเวณภายในและภายนอกของห้องพักอย่างสม่ำเสมอ และการสร้างห้องพักใหม่หรือต่อเติมห้องพักควรให้ความสำคัญกับความคงทนของโครงสร้างอาคารเพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดสำหรับขนาดของห้องพักควรมีขนาดที่เหมาะสมเป็นสัดส่วน และควรจะต้องมีอุปกรณ์ป้องกันการ

โครงการ เช่น เหล็กคัตสำหรับห้องพักชั้นล่าง ประตูอิเล็กทรอนิกส์ กล้องวงจรปิด และพนักงานรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

อีกทั้งในการก่อสร้างหอพักผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของระบบป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก มีการออกแบบใช้วัสดุอุปกรณ์ที่สามารถกันเสียงรบกวน และการจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบให้เป็นสัดส่วนสวยงามสบายตา มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนของผู้เช่าหอพัก และควรจัดให้มีสถานที่ทิ้งขยะแก่ผู้เช่าหอพัก และจัดให้มีพนักงานทำความสะอาดภายในหอพักและภายนอกหอพักเป็นประจำ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านนี้เป็นอันดับ 2 โดยปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ลำดับแรก ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก รองลงมาความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า และการเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า ดังนั้นผู้ประกอบการควรวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่นกลุ่มคนทำงาน กลุ่มนิสิตนักศึกษา และควรทำการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งชั้นบริเวณใกล้เคียง เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านราคาและกำหนดราคาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านนี้เป็นอันดับที่ 6 โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ลำดับแรกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามคือ หอพักใกล้ที่ทำงาน รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน (เช่น มีรถโดยสารผ่าน) และ หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า ซึ่งปัจจัยย่อยเรื่องหอพักใกล้ที่ทำงานเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ 2 ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้งของหอพักที่สะดวกต่อการเดินทาง โดยตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่มีรถโดยสารผ่าน หรือตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมสะดวก เพื่อเป็นหอพักทางเลือกสำหรับผู้เช่าที่ไม่มียานพาหนะในการเดินทางไปกลับจากสถานที่ทำงาน/สถานศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านนี้เป็นอันดับที่ 7 โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรกในเรื่อง การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก รองลงมาการมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน และป้ายโปสเตอร์โฆษณา ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้เช่าหอพักโดยให้ความเป็นกันเอง เอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิดคอยสอบถามถึงความต้องการที่จะให้หอพักปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ หมั่นคอยตรวจสอบระบบความปลอดภัยของผู้พักอาศัยอยู่เสมอเพื่อให้ผู้ที่พักอาศัยเกิดความรูสึกปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลต่อการบอกต่อแนะนำให้คนรู้จักเข้ามาใช้บริการหอพักต่อไป

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านบุคลากรเป็นอันดับที่ 1 โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร 3 ลำดับแรก ในเรื่องการดูแลให้คำแนะนำคำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก รองลงมาความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย และ ผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎระเบียบต่างๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการบริการเมื่อผู้เช่าห้องพักมีปัญหาหรือต้องการสอบถามข้อมูล ควรจัดให้มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวก คอยสอดส่องดูแลความปลอดภัยแก่ผู้เข้าพัก และคอยให้คำปรึกษาแนะนำในเรื่องการรักษาความปลอดภัยของทรัพย์สินในห้องพัก พนักงานผู้ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่ดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎระเบียบของห้องพัก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการให้บริการเป็นอันดับที่ 5 โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ 3 ลำดับแรกในเรื่อง ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีความรู้เบื้องต้นในการแก้ไขปัญหาด้านสาธารณูปโภคที่อาจจะเกิดปัญหาได้ และจัดให้มีอุปกรณ์สำรอง เช่น หลอดไฟ ท่อน้ำ ก๊อกน้ำ เป็นต้น เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที นอกจากนี้ควรจัดหาพนักงานรักษาความปลอดภัยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งกระบวนการดูแลรักษาความปลอดภัย และกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดของห้องพักต้องได้ตามความต้องการของผู้พักอาศัยและการดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่มีความเหมาะสม

นอกจากนั้นในการสร้างห้องพักผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสิ่งภายในห้องพัก ซึ่งสิ่งที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดคือ สีเหลืองอ่อน/ครีม ส่วนสีชมพูเป็นสีที่ต้องการน้อยที่สุด และมีสุขภัณฑ์ประเภทชักโครก โดยภายในห้องควรมีเตียง ตู้เสื้อผ้าทุกห้อง นอกจากนี้ควรมีเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญอัตโนมัติ ร้านขายของชำ และร้านขายอาหาร ไว้อำนวยความสะดวกในบริเวณห้องพัก และการคิดค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของห้องพักรายเดือนควรมีราคาตั้งแต่ 1,000บาทขึ้นไป และแยกการติดตั้งมิเตอร์ค่าน้ำค่าไฟออกจากกันไม่ควรคิดรวมกัน เพราะจะทำให้ผู้พักมีความรู้สึกว่าการคิดราคาค่าน้ำค่าไฟแพง