บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการตัดสินใจเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้พักอาศัยที่พักอาศัยในหอพักในพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 217 คน ข้อมูลที่ได้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 55.3 และเพศหญิง ร้อยละ 44.7 มีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 77.9 รองลงมา คืออายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 11.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 83.9 รองลงมามีสถานภาพสมรส ร้อยละ 15.7 ระดับการศึกษาสูงสุดที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 46.6 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ร้อยละ 24.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 43.3 รองลงมา คือ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 21.2 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38.2 รองลงมามีอาชีพรับราชการ ร้อยละ 18.9 พักอาศัยในหอพักปัจจุบันเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี ร้อยละ 35.3 รองลงมา คือ พักอาศัยเป็นระยะเวลา 0-1 ปี และมากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.3 เท่ากันทั้งสองช่วงเวลาของการพักอาศัย เคยพักอาศัยในหอพักอื่นมาก่อนเข้าพักในหอพักปัจจุบัน ร้อยละ 68.7 และไม่เคยพักอาศัยในหอพักอื่นมาก่อน ร้อยละ 31.3 ส่วนใหญ่ย้ายออกจากหอพักเดิมด้วยเหตุผลหอพักใหม่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ หอพักปัจจุบันมีสภาพแวดล้อมที่ดีกว่า ร้อยละ 21.2 ในการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าผู้พักอาศัยส่วนใหญ่มีการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน ร้อยละ 79.7 รองลงมาคือ ไม่มีการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า ร้อยละ 14.7 มีการจ่ายค่าเช่าหอพักรายเดือน ในอัตรา 1,500 – 2,000 บาท ร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ 2,501 – 3,000 บาท ร้อยละ 28.6 การจ่ายค่าเช่าเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 90.8 รองลงมา คือ จ่ายค่าเช่าเดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 7.4 มีสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม 2 คน ร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ ไม่ได้พักอาศัยร่วมกับใคร ร้อยละ 38.2 ส่วนใหญ่พักอาศัยในห้องพักแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ ร้อยละ 55.3 รองลงมา คือ ห้องพักแบบ 1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ห้องครัว ร้อยละ 24.0 สุขภัณฑ์ภายในห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบด้วย โถชักโครก, อ่างล้างหน้า, เครื่องทำน้ำอุ่น ร้อยละ 65.0 รองลงมา คือ โถนั่งยอง, อ่างล้างหน้า, เครื่องทำน้ำอุ่น ร้อยละ 17.5 ลักษณะการชำระค่าไฟส่วนใหญ่เป็นการชำระตามอัตราที่หอพักกำหนด ร้อยละ 58.5 รองลงมา คือ คิดตามมิเตอร์ไฟฟ้า ร้อยละ 41.0 ลักษณะการชำระค่าน้ำประปาส่วนใหญ่เป็นการชำระตามอัตราที่หอพักกำหนด ร้อยละ 43.3 รองลงมา คือ คิดตามมิเตอร์น้ำประปาร้อยละ 29.0 ส่วนใหญ่มีการให้บริการอินเทอร์เนทในหอพัก ร้อยละ 79.7 และไม่มีการให้บริการอินเทอร์เนทในหอพัก ร้อยละ 20.3 มีการให้บริการโทรศัพท์ในห้องพัก ร้อยละ 68.7 และไม่มีการให้บริการโทรศัพท์ในห้องพัก ร้อยละ 31.3 มีการให้บริการเคเบิ้ลทีวีในห้องพัก ร้อยละ 82.9 และไม่มีการให้บริการเคเบิ้ลทีวีในห้องพัก ร้อยละ 17.1

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดรวม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

สรุประดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักครบถ้วน ขนาดห้องพักมีความเหมาะสม มีที่จอดรถกว้างขวางและปลอดภัย มีเครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องน้ำ มีพัดลมภายในห้องพัก และมีบริการอินเทอร์เนทภายในห้องพัก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่ารายเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า และค่าประกันความเสียหาย

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือใกล้ตลาด ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้สถานศึกษาหรือที่ทำงาน ที่จอดรถของหอพักมีความปลอดภัย สภาพแวดล้อมรอบๆหอพัก ที่จอดรถของหอพักเพียงพอ และถนนผ่านหอพักกว้างรถสามารถผ่านได้สะดวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้พักอาศัย การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหอพักกับผู้พักอาศัย รูปแบบของการมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ ป้ายโปสเตอร์โฆษณาหอพัก แผ่นพับโฆษณาหอพัก และการจัดทำเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์ ความเอาใจใส่ของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก เจ้าของหรือ เจ้าของหรือผู้ดูแลหอพักยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง พนักงานเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก และพนักงานหอพักสามารถให้บริการและข้อมูลต่างๆได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ระบบการรักษาความปลอดภัยของหอพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด ระบบสาธารณูปโภคของหอพัก เช่น น้ำไฟ ความรวดเร็วในการแก้ไขเมื่อผู้พักอาศัยมีปัญหา ระบบการป้องกันอัคคีภัย/ทางออกฉุกเฉิน และขั้นตอนในการติดต่อสะดวกรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของหอพัก การออกแบบและความสวยงามของอาคารหอพัก สภาพแวดล้อมภายนอกหอพักมีความสะอาดและสวยงาม และการจัดพื้นที่บริเวณหอพักให้เป็นสัดส่วน

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลางได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการได้คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเม้นต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก ในปัจจัยแรกคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ต้องการเช่าบ้าน เช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียม และต้องการซื้อบ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในปัจจัยแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกหอพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยแรกคือ ด้านบุคคลากร

1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น โดยลูกค้าจะพิจารณาจาก คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเม้นต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่มักให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่เป็นกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการศึกษาครั้งนี้ และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน จึงมักต้องการความสะดวกสบาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือห้องพักมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้เช่าหอพักที่พักอาศัยในหอพักในระยะยาว

ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มที่กำลังตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเป็นของตนเองอันจะเป็นที่พักอาศัยในระยะยาว ซึ่งมีราคาสูงและไม่สามารถเปลี่ยนได้บ่อย ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพักที่ส่วนใหญ่มักพักอาศัยเป็นระยะเวลาไม่นานมาก ค่าเช่ารายเดือนไม่แพงมากนักเมื่อเทียบกับราคาค่าซื้อบ้าน และสามารถย้ายหอพักใหม่ได้เสมอเมื่อต้องการเปลี่ยน

ไม่สอดคล้องกับอลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพักที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มักให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง

ไม่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกหอพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพักที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มักให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยดังนี้ เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน รองลงมาคือ เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก ขนาดห้องพัก มีที่จอดรถกว้างขวางและปลอดภัย มีเครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องน้ำ มีพัดลมภายในห้องพัก และมีบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมา คือ ความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป และมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณทางเข้าโครงการและ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บ้านแต่ละหลัง รองลงมาคือ ระบบกำจัดขยะและระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี และโครงการน้ำไม่ท่วมตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับ อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียมให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระบบรักษาความปลอดภัยภายในที่พักอาศัย รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก และความสะดวกสบายในการคมนาคม และไม่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ รองลงมาคือ ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้าง และความเหมาะสมของขนาดห้องพัก ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องการมีเครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องน้ำ และความเหมาะสมของขนาดห้องพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) และณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ในปัจจัยย่อยด้านมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ และปัจจัยย่อยด้านความเหมาะสมของขนาดห้องพัก ตามลำดับ

2.ปัจจัยด้านราคา หมายถึงต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้นต้องคุ้มค่ากับบริการที่จะได้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเม้นต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในช่วงเวลาสั้นๆ จึงมักให้ความสำคัญกับต้นทุนที่ต้องจ่ายไปจะต้องคุ้มค่าเพื่อแลกกับบริการที่จะได้รับในช่วงที่พวกเขาเข้าพัก ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพักที่มักอาศัยเป็นระยะเวลานานกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นกลุ่มผู้เช่าหอพักจึงอาจให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยว เพราะอาจต้องพิจารณาจากความเหมาะสมในปัจจัยด้านอื่นๆ ประกอบด้วย

ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มที่กำลังตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเป็นของตนเองอันจะเป็นที่พักอาศัยในระยะยาว ซึ่งมีราคาสูงและไม่สามารถเปลี่ยนได้บ่อย จึงมักให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากกว่ากลุ่มผู้เช่าหอพัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ไม่สอดคล้องกับอลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกหอพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มักให้ความสำคัญกับสิ่งที่ได้รับจะต้องคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพักที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมักให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าที่ได้รับน้อยกว่าเพศหญิง

สำหรับปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยดังนี้ ค่าน้ำ ค่าไฟ รองลงมาคือ ค่าเช่ารายเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า และค่าประกันความเสียหาย ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ อัตราค่าห้องพัก รองลงมาคือ มีป้ายราคาแสดงชัดเจน และรูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ ดอกเบี้ยเงินกู้ถูกกว่าโครงการอื่น รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาบ้านถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่น รองลงมาคือ ราคาที่ดินและค่าบริการสาธารณูปโภคถูกกว่าที่อื่น ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับ อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียมให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือน รองลงมาคือ ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าที่จอดรถ ตามลำดับ แต่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้องพัก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า และการเก็บค่าประกันและค่ามัดจำล่วงหน้า ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องค่าเช่ารายเดือน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ในปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าห้อง (ค่าเช่ารายเดือน)

3.ปัจจัยด้านสถานที่ หมายถึงกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)

สอดคล้องกับกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) และณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยดังนี้ ทำเลที่ตั้งของหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน/ตลาด รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน ที่จอดรถของหอพักมีความปลอดภัย สภาพแวดล้อมรอบๆหอพัก ที่จอดรถหอพักเพียงพอ และถนนผ่านหอพักกว้าง รถผ่านได้สะดวก ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ได้ และสามารถโทรศัพท์สอบถามข้อมูลได้ตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับ อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียมให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อเข้าพักได้สะดวก รองลงมาคือ สามารถติดต่อสอบถามได้หลังเวลาทำงาน และสามารถติดต่อทางอีเมลล์ (E-mail) ได้ ตามลำดับ แต่สอดคล้องกับและณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน เช่น มีรถโดยสารผ่าน และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องทำเลที่ตั้งของหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน/ตลาด และที่จอดรถของหอพักมีความปลอดภัย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ในปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ทำเลที่ตั้งของหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน/ตลาด) และพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ที่จอดรถของหอพักมีความปลอดภัย)

4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึงการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.81 ซึ่งสอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกหอพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเม้นต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว จึงมักให้ความสำคัญกับการรับส่วนลด หรือสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ทางผู้ประกอบการต่างๆมักแข่งขันกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆอยู่เป็นประจำ ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพัก ที่ทางผู้ประกอบการมักไม่ค่อยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้จึงมักไม่ค่อยมีการแข่งขันกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในด้านของผู้ประกอบการหอพัก ดังนั้นกลุ่มผู้เช่าหอพักจึงอาจให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยว เพราะไม่มีการแข่งขันกันในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดรุนแรงเท่าธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มที่กำลังตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเป็นของตนเองอันจะเป็นที่พักอาศัยในระยะยาว และในปัจจุบันมีผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์เป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันทำกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านต่างๆจากผู้ประกอบการ เช่น การมอบส่วนลดในรูปแบบต่างๆ ทั้งในแง่ของขวัญ ของกำนัลต่างๆ เป็นต้น ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพัก ที่ทางผู้ประกอบการมักไม่ค่อยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้จึงมักไม่ค่อยมีการแข่งขันกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในด้านของผู้ประกอบการหอพัก ดังนั้นกลุ่มผู้เช่าหอพักจึงอาจให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มผู้ที่กำลังเลือกซื้อบ้าน เพราะไม่มีการแข่งขันกันในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดรุนแรงเท่าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ไม่สอดคล้องกับอลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ กรณีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ดังนั้นหากมีการได้รับสิทธิพิเศษอื่นๆ นอกเหนือจากที่ทางหอพักจัดให้ในเบื้องต้นแล้ว กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามย่อมรู้สึกถึงความพิเศษนอกเหนือไปจากสิ่งเดิมที่ควรจะได้รับ ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้เช่าหอพักที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมักให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายต่างๆน้อยกว่าเพศหญิง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยดังนี้ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ รองลงมาคือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหอพักกับผู้พักอาศัย รูปแบบการมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ ป้ายโปสเตอร์โฆษณาหอพัก แผ่นพับโฆษณาหอพัก และการจัดทำเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเข้าพัก รองลงมาคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องช้า ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีส่วนลดราคา รองลงมาคือ มี website ให้ข้อมูลในด้านต่างๆ และการโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับ อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียมให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ สามารถเข้าชมห้องพักได้ก่อนตัดสินใจ รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเช่าอพาร์ทเม้นท์หรือคอนโดมิเนียมให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากคือ ส่วนลดพิเศษของค่าเช่า และมี website ให้ข้อมูลกับผู้พักอาศัย ตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลางที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก รองลงมาคือ การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน และป้ายโปสเตอร์โฆษณา ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องป้ายโปสเตอร์โฆษณาหอพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ในปัจจัยย่อยด้าน ป้ายโปสเตอร์โฆษณา

5.ปัจจัยด้านบุคลากร หมายถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการในแต่ละธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุด เป็นการเลือกสรรบุคคลที่ให้บริการแก่ลูกค้าตามวัฒนธรรมและนโยบายขององค์กร เพื่อให้เกิดความแตกต่างในการบริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งสอดคล้องกับกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) และณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

แต่ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามเป็นกลุ่มที่กำลังตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเป็นของตนเองอันจะเป็นที่พักอาศัยในระยะยาว ซึ่งมีราคาสูงและไม่สามารถเปลี่ยนได้บ่อย ดังนั้นลูกค้าส่วนใหญ่จึงมักพิจารณาการให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ให้บริการแก่ลูกค้าในระดับความสำคัญมากที่สุด อันเนื่องมาจากบุคลากรดังกล่าวจำเป็นจะต้องให้บริการภายหลังการขายแก่ลูกค้าในระยะยาว รวมทั้งการบริการในด้านอื่นๆ เช่น การรักษาความปลอดภัย การเก็บและกำจัดขยะ การรับข้อร้องเรียนต่างๆ เป็นต้น ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มผู้เช่าหอพักที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากโดยทั่วไปผู้เช่าหอพักมักอาศัยในหอพักเป็นระยะเวลาสั้นกว่าเมื่อเทียบกับผู้กำลังตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย จึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยดังนี้ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์ รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก เจ้าของหรือผู้ดูแลหอพักยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง พนักงานเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก และพนักงานหอพักสามารถให้บริการข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยามารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า (พนักงานเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือในด้านต่างๆ) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส (เจ้าของหรือผู้ดูแลหอพักยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง) ตามลำดับ และสอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำคำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลหอพัก (ความเอาใจใส่ของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก) รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์) และผู้ดูแลหอพักสามารถดูแลหอพักให้เป็นไปตามกฎระเบียบต่างๆ (ความเอาใจใส่ของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก) ตามลำดับ แต่ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ความเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงานขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย และความรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงานขาย ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6.ปัจจัยด้านกระบวนการ หมายถึงเป็นการแสดงให้เห็นคุณค่าของการบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งสอดคล้องกับกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) และณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

แต่ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มที่กำลังตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเป็นของตนเองอันจะเป็นที่พักอาศัยในระยะยาว ซึ่งมีราคาสูงและไม่สามารถเปลี่ยนได้บ่อย ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จึงมักพิจารณาจากหลักฐานที่มองเห็นได้ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นได้ในแง่ของคุณค่าการบริการ เช่น การสร้างบ้านมีขั้นตอนชัดเจน น่าเชื่อถือ การชมบ้านตัวอย่าง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มักจะอยู่กับผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้ไปอย่างยาวนาน จึงเป็นสิ่งที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมักให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับสูงมาก ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้เช่าหอพักที่มักไม่ได้มองปัจจัยดังกล่าวในระดับความสำคัญที่สูงมากเท่ากับกลุ่มที่กำลังตัดสินใจซื้อบ้าน เพราะหากกลุ่มผู้เช่าหอพักไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการของหอพัก ก็สามารถย้ายออกได้ง่ายกว่า จึงทำให้กลุ่มผู้เช่าหอพักให้ระดับความสำคัญในระดับมาก ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อบ้านที่ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

สำหรับปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญ ในระดับมากในปัจจัยย่อยดังนี้ ระบบรักษาความปลอดภัยของหอพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด รองลงมาคือ ระบบสาธารณูปโภคของหอพัก เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า ฯลฯ ความรวดเร็วในการแก้ไขเมื่อผู้พักอาศัยมีปัญหา ระบบการป้องกันอัคคีภัย/ทางออกฉุกเฉิน และขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก และขั้นตอนการจองห้องพักไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ กระบวนการสร้างบ้านมีความชัดเจน น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย และการให้ข้อเสนอแนะกับทางโครงการหลังเข้าพักอาศัยสามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รองลงมาคือ การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ในปัจจัยย่อยด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และสอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย และในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการแก้ไขเมื่อผู้พักอาศัยมีปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ

7.ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึงวิธีการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งสอดคล้องกับกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) อลิษา ชวลิตจารีธรรม (2551) และณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยดังนี้ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของหอพัก รองลงมาคือ การออกแบบและความสวยงามของอาคารหอพัก สภาพแวดล้อมภายนอกหอพักมีความสะอาดและสวยงาม การจัดพื้นที่บริเวณหอพักให้เป็นสัดส่วน ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก และระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดภายในโครงการ รองลงมาคือ คุณภาพอากาศในโครงการบ้านจัดสรร และความสวยงามของสโมสรหรือสวนสาธารณะ ตามลำดับ ตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก รองลงมาคือ การจัดพื้นที่โดยรอบเป็นสัดส่วน และระบบรักษาความปลอดภัย ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องการออกแบบและความสวยงามของอาคารหอพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ในปัจจัยย่อยด้านความสะอาดภายในโครงการและความสวยงามของสโมสรหรือสวนสาธารณะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และปัจจัยย่อยด้านการจัดพื้นที่บริเวณหอพักให้เป็นสัดส่วน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับกับณฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ในปัจจัยย่อยด้านการจัดพื้นที่โดยรอบเป็นสัดส่วน

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีข้อค้นพบ ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยที่แตกต่างกันจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าเพศหญิงให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยบางประการในระดับมาก แต่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ การออกแบบและความสวยงามของหอพัก มีเครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องน้ำ บริการเคเบิลทีวีภายในห้องพัก บริการอินเทอร์เนทภายในห้องพัก มีพัดลมภายในห้องพัก และมีที่จอดรถกว้างขวางและปลอดภัย

ปัจจัยด้านราคา พบว่าเพศหญิงให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยบางประการในระดับมาก แต่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ ค่าเช่าล่วงหน้า ค่าประกันความเสียหาย ค่าบริการอินเทอร์เนท และวิธีการชำระเงิน

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าเพศหญิงให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยบางประการในระดับมาก แต่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก เจ้าของหรือผู้ดูแลหอพักยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง ความเอาใจใส่ของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก พนักงานหอพักสามารถให้บริการข้อมูลต่างๆได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว พนักงานเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าเพศหญิงให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยบางประการในระดับมาก แต่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว ระบบการออกใบแจ้งหนี้ ระบบการรับฝากข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้อง การรับฟังปัญหาและข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย และความรวดเร็วในการแก้ไขเมื่อผู้พักอาศัยมีปัญหา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าเพศหญิงให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยบางประการในระดับมาก แต่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สภาพแวดล้อมภายนอกหอพักมีความสะอาดและสวยงาม การออกแบบตกแต่งพื้นที่บริเวณหอพัก การจัดพื้นที่บริเวณหอพักให้เป็นสัดส่วน และความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของหอพัก

สำหรับปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญเทียบเท่ากัน

เมื่อจำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการ (7P's) ตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายกลับให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลางทั้งหมด

ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยที่แตกต่างกันจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ต่างๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยแตกต่างกันในประเด็นด้าน การออกแบบและความสวยงามของหอพัก ความสะอาดและความคงทนของหอพัก มีเครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องน้ำ บริการเคเบิลทีวีภายในห้องพัก บริการอินเทอร์เนทภายในห้องพัก มีพัดลมภายในห้องพัก และมีที่จอดรถกว้างขวางและปลอดภัย

ปัจจัยด้านราคา เมื่อพิจารณาการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ต่างๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยแตกต่างกันในประเด็นด้านค่าเช่ารายเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า ค่าประกันความเสียหาย ค่าบริการอินเทอร์เนท และวิธีการชำระเงิน

ปัจจัยด้านสถานที่ เมื่อพิจารณาการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ต่างๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยแตกต่างกันในประเด็นด้านทำเลที่ตั้งของหอพักมีรถสาธารณะผ่านได้สะดวก ถนนผ่านหอพักกว้างรถสามารถผ่านได้สะดวก ที่จอดรถของหอพักเพียงพอ และที่จอดรถของหอพักมีความปลอดภัย

ปัจจัยด้านบุคลากร เมื่อพิจารณาการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ต่างๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยแตกต่างกันในประเด็นด้านความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก เจ้าของหรือผู้ดูแลหอพักยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง ความเอาใจใส่ของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก พนักงานหอพักสามารถให้บริการและข้อมูลต่างๆได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว พนักงานเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือในด้านต่างๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์

ปัจจัยด้านกระบวนการ เมื่อพิจารณาการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ต่างๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยแตกต่างกันในประเด็นด้านขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว ระบบการออกใบแจ้งหนี้ ระบบการรับฝากข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้อง ระบบการป้องกันอัคคีภัย/ทางออกฉุกเฉิน การรับฟังปัญหาและข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย และความรวดเร็วในการแก้ไขเมื่อผู้พักอาศัยมีปัญหา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณาการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ต่างๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยแตกต่างกันในประเด็นด้านการออกแบบและความสวยงามของอาคารหอพัก สภาพแวดล้อมภายนอกหอพักมีความสะอาดและสวยงาม การจัดพื้นที่บริเวณหอพักให้เป็นสัดส่วน และความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของหอพัก

สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญเทียบเท่ากัน

เมื่อจำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการ (7P's) ตามรายได้ พบว่าผู้เช่าที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากกว่ากลุ่มผู้เช่าในระดับรายได้อื่นๆ และในกลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากกว่ากลุ่มผู้เช่าในระดับรายได้อื่น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จากการเก็บแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย และมีความต้องการในด้านการบริการที่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการ (7P's) ตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายกลับให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลางทั้งหมด นอกจากนั้นเมื่อจำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการ (7P's) ตามรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้เช่าที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากกว่ากลุ่มผู้เช่าในระดับรายได้อื่นๆ และในกลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากกว่ากลุ่มผู้เช่าในระดับรายได้อื่น จากการศึกษาสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจลงทุนทำหอพักในพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแยกเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าเพศหญิง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าเพศชาย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าที่มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 15,000 บาท และส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าเพศหญิงและเพศชาย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าที่มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 15,000 บาท และส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการสำหรับผู้เช่าที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป โดยทั่วไปอาจจัดให้มีความคล้ายคลึงกันได้ในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือตัวหอพัก โดยเน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับการจัดองค์ประกอบของหอพักให้มีความเหมาะสม สวยงาม สะอาดและคงทน ตลอดจนถึงการจัดให้ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในห้องพักอย่างครบถ้วน เช่น มีบริการเคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ท พัดลม หรือเครื่องปรับอากาศ ตลอดจนการจัดให้มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอและปลอดภัย โดยผู้ประกอบการอาจพิจารณาจัดห้องพักและอุปกรณ์ต่างๆภายในห้องพักแตกต่างกันไป เพื่อให้สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าได้อย่างหลากหลายมากขึ้น

กลยุทธ์ด้านราคา ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มให้ชัดเจน เช่นกลุ่มคนทำงาน กลุ่มนิสิตนักศึกษา และควรทำการเปรียบเทียบราคาในด้านการคิดค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่ารายเดือน และค่าประกันความเสียหายกับผู้ประกอบการรายอื่น เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านราคาและกำหนดราคาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ด้านสถานที่ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญตั้งแต่ตอนเริ่มต้นเลือกทำเลในการลงทุนสร้างหอพัก เพราะหากผู้ประกอบการมีทำเลที่ตั้งของหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือใกล้ตลาด ใกล้สถานศึกษาหรือที่ทำงานของผู้เช่า จะทำให้ได้เปรียบกว่าคู่แข่งขันอื่นที่มีทำเลที่ตั้งหอพักไกลจากแหล่งชุมชนหรือตลาด เพราะจะเป็นปัจจัยแรกในแง่ของสถานที่ที่ผู้เช่าจะพิจารณาในการเลือกเช่า นอกจากนั้นหากผู้ประกอบการมีการจัดสถานที่จอดรถของผู้เช่าให้มีความปลอดภัย เช่น มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด หรือจัดให้มีพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแล ก็จะเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การสร้างความแตกต่างและดึงดูดให้ผู้เช่าเลือกที่จะเช่าพักกับทางผู้ประกอบการมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการมีทำเลในการตั้งหอพักอยู่ในทำเลที่ไม่เหมาะสม ผู้ประกอบการควรหาหรือสร้างกลยุทธ์ในปัจจัยด้านอื่นมาทดแทน เพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการและมองข้ามจุดด้อยในด้านนี้ไป

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรจัดให้มีมุมหรือวิธีการในการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้พักอาศัย เช่น การจัดให้มีมุมอ่านหนังสือพิมพ์ บริการแก่ผู้พักอาศัย การมีบอร์ดแจ้งข่าวสารที่สำคัญแก่ผู้พักอาศัย เป็นต้น นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้เช่าหอพักโดยให้ความเป็นกันเอง เอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด ตลอดจนคอยสอบถามถึงความต้องการที่จะให้หอพักปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆแก่ผู้พักอาศัยในโอกาสสำคัญๆต่างๆ เพื่อให้ผู้พักอาศัยเกิดความรู้สึกประทับใจ เป็นกันเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการบอกต่อแนะนำให้คนรู้จักเข้ามาใช้บริการหอพักต่อไป

กลยุทธ์ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าสามารถรับรู้และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือประจำหอพัก ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้พักอาศัยในแง่ของความปลอดภัยในการพักอาศัยและการจัดระเบียบในการเข้าออกหอพัก การฝึกอบรมให้บุคลากรของหอพักให้ความเอาใจใส่ต่อผู้พักอาศัย และบริการในกิจกรรมต่างๆของผู้พักอาศัยด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับวิธีการดำเนินงานของหอพัก โดยเน้นการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตามกลยุทธ์ต่างๆที่กำหนดไว้เพื่อให้เกิดการจัดการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ โดยผู้ประกอบการควรจัดให้ลูกค้าหรือผู้เช่าได้รับความสะดวกสบายจากกระบวนการให้บริการของหอพัก ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า ตลอดจนการจัดระบบรักษาความปลอดภัยของหอพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด เพื่อเพิ่มความมั่นใจในแง่ความปลอดภัยของผู้พักอาศัยภายในหอพัก นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรจัดให้มีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครันทั้งด้าน ไฟฟ้า และน้ำประปา และควรมีอุปกรณ์สำรองเช่น หลอดไฟ ก๊อกน้ำ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้พักอาศัย

กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรแสดงให้เห็นคุณค่าของการบริการโดยผ่านการนำเสนอที่มองเห็นได้ เพื่อให้ผู้พักอาศัยเห็นคุณค่าของการบริการ เช่นการจัดให้สภาพแวดล้อมของหอพักมีความปลอดภัย สะอาด ร่มรื่น มีการจัดให้หอพักมีบรรยากาศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เหมาะสม เช่น มีการติดไฟแสงสว่างบริเวณทางเข้าหอพักให้มีความสว่างบริเวณถนนหอพักและบริเวณโดยรอบเพียงพอ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้พักอาศัยเกิดความมั่นใจโดยเฉพาะในเวลากลางคืน นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรมีการออกแบบหอพักให้มีความสวยงามและจัดพื้นที่บริเวณต่างๆ ภายในหอพักให้มีความสวยงามและเป็นสัดส่วน เช่น บริเวณพื้นที่ซักล้าง ห้องโถง หรือบริเวณลานจอดรถ เป็นต้น

แต่หากผู้ประกอบการต้องการสร้างหอพักสำหรับเพศหญิงโดยเฉพาะ อาจต้องให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเป็นพิเศษ เพราะกลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวในระดับที่มากกว่าเพศชาย โดยอาจพิจารณาเพิ่มเติมรายละเอียดดังกล่าวในแต่ละปัจจัย ดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือตัวหอพัก โดยเน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเพศหญิง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่างของหอพักหรือห้องพัก เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเพศหญิงรับรู้ถึงความแตกต่างที่ได้รับจากหอพัก โดยอาจเน้นการจัดองค์ประกอบของหอพักและห้องพักให้มีความเหมาะสม สวยงาม สะอาดคงทน และปลอดภัย ตลอดจนถึงการจัดให้ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในห้องพักอย่างครบถ้วน เช่น มีบริการเคเบิลทีวี อินเทอร์เนท พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ และการมีเครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องน้ำ ตลอดจนการจัดให้มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอและปลอดภัย

กลยุทธ์ด้านราคา ผู้ประกอบการอาจใช้กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาต่ำ เช่นตั้งราคาให้ถูกกว่าในมุมมองของลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันรายอื่น และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหอพักโดยนำเสนอความโดดเด่นในด้านอื่นๆเพิ่มเติม เช่น การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี สภาพห้องที่ใหม่และสวยงามกว่าคู่แข่ง นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาจจัดให้มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่างๆในใบแจ้งหนี้ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความน่าเชื่อถือและความมีเหตุผลในการคิดค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรจัดให้มีมุมหรือวิธีการในการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้พักอาศัย เช่น การจัดให้มีมุมอ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารบริการแก่ผู้พักอาศัย การมีบอร์ดแจ้งข่าวสารที่สำคัญแก่ผู้พักอาศัย เป็นต้น นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้เช่าหอพักโดยให้ความเป็นกันเอง เอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด ตลอดจนคอยสอบถามถึงความต้องการที่จะให้หอพักปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆแก่ผู้พักอาศัยในโอกาสสำคัญๆต่างๆ เพื่อให้ผู้พักอาศัยเกิดความรู้สึกประทับใจ เป็นกันเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการบอกต่อแนะนำให้คนรู้จักเข้ามาใช้บริการหอพักต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลยุทธ์ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าสามารถรับรู้และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือประจำหอพัก ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้พักอาศัยในแง่ของความปลอดภัยในการพักอาศัยและการจัดระเบียบในการเข้าออกหอพัก การฝึกอบรมให้บุคลากรของหอพักให้ความเอาใจใส่ต่อผู้พักอาศัย และบริการในกิจกรรมต่างๆของผู้พักอาศัยด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าและปัญหาที่เกิดขึ้นกับหอพัก เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจต่อไป

กลยุทธ์**ด้านกระบวนการ** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับวิธีการดำเนินงานของหอพัก โดยเน้นการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตามกลยุทธ์ต่างๆที่กำหนดไว้เพื่อให้เกิดการจัดการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ โดยผู้ประกอบการควรจัดให้ลูกค้าหรือผู้เช่าได้รับความสะดวกสบายจากกระบวนการให้บริการของหอพัก ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า ตลอดจนการจัดระบบรักษาความปลอดภัยของหอพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด เพื่อเพิ่มความมั่นใจในแง่ความปลอดภัยของผู้พักอาศัยภายในหอพัก นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรจัดให้มีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครันทั้งด้าน ไฟฟ้า และน้ำประปา และควรมีอุปกรณ์สำรองเช่น หลอดไฟ ก๊อกน้ำ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้พักอาศัย

กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์โดยเน้นในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีให้เกิดกับหอพักและแสดงให้เห็นคุณค่าของการบริการโดยผ่านการนำเสนอที่มองเห็นได้ เพื่อให้ผู้พักอาศัยเห็นคุณค่าของการบริการ เช่น การจัดให้สภาพแวดล้อมของหอพักมีความปลอดภัย สะอาด ร่มรื่น มีการจัดให้หอพักมีบรรยากาศเหมาะสม เช่น มีการติดไฟแสงสว่างบริเวณทางเข้าหอพักให้มีความสว่างบริเวณถนนหอพักและบริเวณโดยรอบเพียงพอ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้พักอาศัยเกิดความมั่นใจโดยเฉพาะในเวลากลางคืน นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรมีการออกแบบหอพักให้มีความสวยงามและจัดพื้นที่บริเวณต่างๆภายในหอพักให้มีความสวยงามและเป็นสัดส่วน เช่น บริเวณพื้นที่ซักล้าง ห้องโถง หรือบริเวณลานจอดรถ เป็นต้น

สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างหอพักสำหรับกลุ่มผู้เช่าในแต่ละระดับรายได้ที่ต่างกัน เมื่อจำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการ (7P's) ตามรายได้ พบว่าผู้เช่าที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากกว่ากลุ่มผู้เช่าใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับรายได้อื่นๆ และในกลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากกว่ากลุ่มผู้เช่าในระดับรายได้อื่น อาจต้องให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคาเป็นพิเศษ โดยอาจพิจารณาเพิ่มเติมรายละเอียดดังกล่าวในแต่ละปัจจัย ดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือตัวหอพัก โดยเน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มตามระดับรายได้ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่างของหอพักหรือห้องพัก โดยอาจเน้นการจัดองค์ประกอบของหอพักและห้องพักให้มีความเหมาะสม สวยงาม สะอาดคงทน และปลอดภัย ตลอดจนถึงการจัดให้ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในห้องพักอย่างครบถ้วน เช่น มีบริการเคเบิลทีวี อินเทอร์เนท พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ ตลอดจนการจัดให้มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอและปลอดภัย และผู้ประกอบการอาจเพิ่มเติมกลยุทธ์ด้านนี้ด้วยการออกแบบห้องพักให้ดูดีเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้เช่าในแต่ละระดับรายได้ ซึ่งการออกแบบและตกแต่งห้องพักในรูปแบบที่ต่างกัน จะเป็นสิ่งที่ช่วยผู้ประกอบการกำหนดกลุ่มผู้เช่าหอพักไปในตัวด้วย เช่น

กลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท อาจตกแต่งห้องพักด้วยเฟอร์นิเจอร์พื้นฐาน เช่น เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง ฯลฯ สุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ เช่น โถแบบนั่งยอง เป็นต้น

กลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 15,000 บาท อาจตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์พื้นฐาน เช่น เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง ฯลฯ เช่นเดียวกับกลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท แต่ผู้ประกอบการอาจเลือกเฟอร์นิเจอร์ที่มีความสวยงามมากขึ้นกว่าเดิม และอาจเพิ่มเติมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆภายในห้องพัก เช่น พัดลม เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ เช่น โถชักโครก อ่างล้างหน้า เป็นต้น

กลุ่มผู้เช่าที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป อาจเพิ่มเติมการตกแต่งและออกแบบห้องพักให้สวยงามมากขึ้น ตลอดจนเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักที่ดูดีและสวยงามและเข้ากันได้ดีกับภายในห้องพัก นอกจากนั้นผู้ประกอบการอาจจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในห้องพัก เช่น ทีวี ตู้เย็น พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ ภายในห้องพักเพิ่มเติม เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ เช่น โถชักโครก อ่างล้างหน้า ฝักบัวอาบน้ำ และฝักบัวชำระ เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านราคา ผู้ประกอบการอาจใช้กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้เช่าหอพักตามแต่ละระดับรายได้เพื่อเป็นการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มให้ชัดเจน เช่น ใช้กลยุทธ์กำหนดราคาต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันในบริเวณใกล้เคียง และสร้างความโดดเด่นในเรื่องสภาพภายในห้องพักที่ดีกว่าคู่แข่ง หรือใช้การกำหนดราคาสูง โดยแสดงให้เห็นถึงความสวยงามและดูดี เหมาะสมคุ้มค่ากับราคาที่ลูกค้าต้องจ่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved