

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้า  
ในการเลือกผู้ให้บริการด้านการจัดการบ้านพัก  
ตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต

ผู้เขียน

นายธนกฤต เสกจินดา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิศยา เจริญประเสริฐ

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกผู้ให้บริการด้านการจัดการบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้ที่สนใจจะเลือกใช้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 200 ราย ทำการสำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์โดยตรง โดยใช้แบบสอบถามแบบภาษาไทย กรณีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวต่างชาติ ผู้สัมภาษณ์ทำการสัมภาษณ์โดยการแปลแบบสอบถามภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ทำการประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ เพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่อยู่อาศัยในประเทศไทย มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน จบการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท ลักษณะที่พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยว ขนาด 3 ห้องนอน มีสวนและสระว่ายน้ำ ทำเลที่ตั้งอยู่ที่บางเทา สุรินทร์ ลายัน เป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในแต่ละปัจจัยมีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจได้ของผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาที่ปรับได้ตามลักษณะของบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการได้ในหลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต หรือบริษัทตัวแทน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การแสดงผลงานรายการที่ผ่านมา ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่องาน ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่

การบริการตรงตามสัญญาว่าจ้าง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้  
ในการปฏิบัติงาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Independent Study Title</b>   | Service Marketing Mix Factors Affecting Customers<br>Towards Choosing Vacation Home Management<br>Providers in Phuket Province |
| <b>Author</b>                    | Mr.Tanakrid Sekjinda   |
| <b>Degree</b>                    | Master of Business Administration  |
| <b>Independent Study Advisor</b> | Associate Professor Dr. Nittaya Jariangprasert   |

### Abstract

The objective of this independent study was to study the Service Marketing Mix Factors Affecting Customers Towards Choosing Vacation Home Management Providers in Phuket Province. The sample were 200 people who interesting to use property management service. The tool used to collect data was Thai questionnaire. In case the questionnaire respondents were foreigner, interviewer translates from Thai questionnaire to English. The data was analyzed by using frequency, percentage and mean.

The result of this study shows that the most questionnaire respondents were male foreigner, age between 41-50 years old. They were married or living together and mostly stays in Thailand. They had bachelor's degree, working as office workers and earned more than 100,000 baht per month. Houses were mostly single house which located in Bangtao, Surin and Layan. Houses were three bedrooms with yard and swimming pool.

The first priority of service marketing sub factor which questionnaire respondents ranked for product factor was trustfulness of service provider, price factor was price which quote as per service required, place factor was the several ways to access by phone, fax, internet, email or agency, promotion factor was customer lists, people factor was honesty and responsibility, process factor was service provide following the contract and physical factor was material and equipment used.