# ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

# MARKETING 'S MIX FOR DECISION TO USE SERVICE OF DORMITORY IN TAMBON CHANG PUEK, MUANG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

ศุภามาส ก้อนพิลา[1] และ กรวีร์ ชัยอมรไพศาล[2]

Supamas Konpila[1] and Korravee Chai-amonphaisal[2]

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 202 ถ.ช้างเผือก ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300[1,2]

Chiang Mai Rajabhat University, 202 Chang Puak Road, Chang Puak Sub-district, Muang District, Chiang Mai Province 50300[1,2]

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง

**คำสำคัญ** : ส่วนประสมทางการตลาด, การเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก

---

[1] *นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ*

[2] *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาการบัญชีและการเงิน คณะวิทยาการจัดการ*

## ABSTRACT

The purpose of this research was to study the marketing's mix for decision to use serviced dormitory in tambon Chang Phuak, Muang District, Chiang Mai Province. The samples were 400 renters derived by a convenient sampling method. The research instrument was a questionnaire. The data were analyzed for frequency, percentage, mean, standard deviation.

The results found that Marketing's mix including Product, Placement, Price, Physical Characteristics, Process and Personnel affected the decision to use serviced dormitory at a high level, while promotion, affected the decision at a moderate level.

**KEYWORDS**: Marketing's Mix, Decision to Use Serviced Dormitory

## บทนำ

การดำรงชีวิตของมนุษย์มีปัจจัยสี่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย จากสภาพสังคมในปัจจุบันการเพิ่มของจำนวนประชากรในประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความเจริญด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ราชการ สถานศึกษาที่มีทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา สนามบิน ตลอดจนศูนย์การค้าต่าง ๆ จากความเจริญและการขยายตัวในทุก ๆ ด้าน จึงมีผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดเข้ามาทำงานหรือศึกษาต่อในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก โดยส่วนหนึ่งมีที่พักอาศัยเป็นของตัวเอง แต่ยังมีอีกจำนวนมากที่ไม่มีที่พักอาศัยเป็นของตัวเองซึ่งบุคคลกลุ่มนี้มีความต้องการที่พักอาศัยเป็นการชั่วคราวในระหว่างที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากความต้องการนี้ทำให้มีผู้สนใจประกอบธุรกิจห้องพักเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในย่านใกล้สถานศึกษาหรือแหล่งชุมชน ดังนั้นที่อยู่อาศัยให้เช่าประเภทต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าเป็นหอพัก บ้านเช่า อพาร์ทเม้นท์ แมนชั่น เพื่อสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นทุกปี (ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล, 2556) ปัจจุบันธุรกิจหอพักมีการแข่งขันเป็นอย่างมากใน 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการแข่งขันที่มาจากคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันและธุรกิจใกล้เคียงและยังมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (นภพร ฐานียะพาณิชย์, 2556)

การตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้เช่านั้นย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น อัตราค่าเช่า ลักษณะหอพัก สถานที่ตั้ง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้เช่าห้องพักยังให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการของหอพักอีกด้วย ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องของผู้เช่าทั้งสิ้น (สุนิศา ตรีธนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์, 2558) แต่ละปีจะมีผู้เช่าพักอาศัยเปลี่ยนห้องพักหรือย้ายหอพักอยู่ตลอดเวลา จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้หอพักที่เปิดให้บริการมาก่อนได้มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและได้คิดกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง

ให้กับหอพัก เพื่อทำให้ผู้เช่าพักอาศัยมีความสนใจที่จะเข้าพัก นอกจากนี้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้ง เช่น การฆาตกรรม อาชญากรรมทั้งในตัวเมืองและต่างอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้หอพักแต่ละแห่งตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้เช่าพักอาศัยหอพักเพิ่มมากขึ้น (ข่าวสด, 2559) และปัจจุบันหอพักต่าง ๆ ได้มีกลยุทธ์การแข่งขันในด้านของราคา ความสะดวกสบาย การประหยัดเวลาในการเดินทาง สภาพแวดล้อม อีกทั้งการรักษาความปลอดภัยจากห้องพัก จากสถานการณ์การเติบโตของหอพักในจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ สถานประกอบการต่าง ๆ จำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการหอพักต้องศึกษาความต้องการของผู้เช่าห้องพัก เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ให้ทันกับการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทฤษฎีส่งเสริมการตลาด (Kotler, 2003 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) สามารถศึกษารวมทั้งอธิบายความต้องการและตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงสามารถสร้างภาพลักษณ์และกระตุ้นยอดขายได้อย่างดี ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 อ้างถึงใน ทนงศักดิ์ จิรวัฒนวิจิตร, 2554) กล่าวไว้ว่า การประกอบธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการการที่จะบริหารการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย และการแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เป็นลักษณะที่สำคัญสามารถช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้ อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน โดยนักการตลาดจะสามารถใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้ เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นกัน โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก ก็มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น ลักษณะครอบครัว (Marital Status) เป็นเป้าหมายที่สำคัญของนักการตลาด โดยจะให้ความสนใจกับจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง เพื่อใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย มีอำนาจซื้อสูง แต่คนที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ จะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งอาจมีความสามารถในการซื้อก็ได้ อาจทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าในกลุ่มนี้ไปได้ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ก็อาจเป็นเกณฑ์

ในการตัดสินใจที่สำคัญได้นอกเหนือจากปัจจัยด้านรายได้เพียงอย่างเดียว และในด้านของการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีแนวโน้มความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในเชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาต่ำ โอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำเป็นต้น ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมามีการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรในการศึกษา เช่น ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี และสรัญญา สุขเพิ่ม (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของนิสิตต่อการบริการด้านหอพักนิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีการส่งเสริมการตลาด และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้า เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดด้านการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนหอพักทั้งสิ้น 128 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553) ซึ่งมีจำนวนมากกว่า หอพักในเขตตำบลอื่น ๆ โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพัก ตลอดจนทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เช่าห้องพัก เพื่อนำมาเป็นแนวทางปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางการตลาด อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจห้องพักให้สามารถประกอบธุรกิจอยู่ต่อไปได้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากร คือ ผู้เช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ผู้วิจัยได้กระจายการเก็บกลุ่มตัวอย่างห้องพัก จำนวน 100 แห่ง

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

เก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2560 ถึง เดือน มิถุนายน 2560 โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

**การวิเคราะห์ขอ้มูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามเป็นมาตราส่วน 5 ระดับ ของลิเคิร์ทสเกล (Likert's Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| มากที่สุด | ให้คะแนนเป็น | 5 |
| มาก | ให้คะแนนเป็น | 4 |
| ปานกลาง | ให้คะแนนเป็น | 3 |
| น้อย | ให้คะแนนเป็น | 2 |
| น้อยที่สุด | ให้คะแนนเป็น | 1 |

แบบสอบถามแบ่งเป็น 7 ตอน ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านสถานที่ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านกระบวนการ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

**ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย**

1. ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา และสร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล

2. นำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง

3. นำร่างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดและการจัดการ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่าเท่ากับ 0.50 ซึ่งถือว่ามีสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้เช่าห้องพัก จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อคำถาม ใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbachs' Alpha Coefficient) และได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94

5. จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับจริง เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

## ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 – 24 ปี เป็นนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลส่วนบุคคล | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **เพศ** | | |
| ชาย | 198 | 49.50 |
| หญิง | 202 | 50.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **อายุ** | | |
| 19 – 24 ปี | 275 | 68.75 |
| 25 – 30 ปี | 123 | 30.75 |
| 30 ปีขึ้นไป | 2 | 0.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

**ตารางที่ 1** (ต่อ)

| ข้อมูลส่วนบุคคล | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **ระดับการศึกษา** | | |
| อนุปริญญาตรี | 17 | 4.25 |
| ปริญญาตรี | 381 | 95.25 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 2 | 0.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **อาชีพ** | | |
| นักศึกษา | 279 | 69.75 |
| ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ | 41 | 10.25 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 69 | 17.25 |
| รับจ้างทั่วไป | 11 | 2.75 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักมากที่สุด ($\bar{\chi}$ = 4.17) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{\chi}$ = 2.61) ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | $\bar{\chi}$ | S.D | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.17 | .44 | มาก |
| ด้านราคา | 4.03 | .61 | มาก |
| ด้านสถานที่ | 4.13 | .60 | มาก |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 2.61 | .98 | ปานกลาง |
| ด้านบุคลากร | 3.61 | .79 | มาก |
| ด้านกระบวนการ | 3.62 | .79 | มาก |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 3.63 | .83 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **3.69** | **.48** | **มาก** |

เมื่อวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละด้าน พบว่า

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก โดยพิจารณาจากความคงทนของห้องพักเป็นลำดับแรก ($\bar{\chi}$ = 4.37) รองลงมาคือ เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ($\bar{\chi}$ = 4.34) สำหรับความใหม่และสะอาดของห้องพัก และการมีร้านขายของชำภายในที่พักเป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{\chi}$ = 3.87) ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์

| ด้านผลิตภัณฑ์ | $\bar{\chi}$ | S.D. | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ภาพพจน์และชื่อเสียงห้องพัก | 4.27 | .80 | มากที่สุด |
| 2. การออกแบบและความสวยงามของห้องพัก | 4.27 | .78 | มากที่สุด |
| 3. ความสะอาดของห้องพัก | 4.23 | .81 | มากที่สุด |
| 4. ความคงทนของห้องพัก | 4.37 | .72 | มากที่สุด |
| 5. เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก เช่น เตียง โต๊ะเขียนหนังสือ ตู้เสื้อผ้า อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน | 4.24 | .89 | มากที่สุด |
| 6. เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน | 4.34 | .82 | มากที่สุด |
| 7. ห้องพักมีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต | 4.29 | .88 | มากที่สุด |
| 8. สัญญาณ เคเบิ้ล TV | 4.21 | .85 | มากที่สุด |
| 9. มาตรการรักษาความปลอดภัย | 3.91 | .95 | มาก |
| 10. บริเวณที่พักมีความใหม่และสะอาด | 3.87 | .89 | มาก |
| 11. มีบริการ ซักรีด หรือเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญภายในที่พัก | 4.20 | .85 | มาก |
| 12. มีร้านขายของชำภายในที่พัก | 3.87 | 1.09 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **4.17** | **.44** | **มาก** |

2. ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก โดยพิจารณาจากค่าเช่าต่อเดือนเป็นลำดับแรก ($\bar{\chi}$ = 4.16) รองลงมาคือ ค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก ($\bar{\chi}$ = 4.15) สำหรับวิธีการชำระเงินค่าเช่ารายเดือนผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{\chi}$ = 3.69) ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา

| ด้านราคา | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ค่าเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือน | 4.16 | .84 | มาก |
| 2. ค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก | 4.15 | .84 | มาก |
| 3. ค่าประกันความเสียหายต่อห้องพัก | 4.04 | .92 | มาก |
| 4. ค่าน้ำที่ต้องจ่ายต่อเดือน | 4.09 | .89 | มาก |
| 5. ค่าไฟฟ้าที่ต้องจ่ายต่อเดือน | 4.05 | .86 | มาก |
| 6. ค่าบริการอินเทอร์เน็ต | 4.04 | .92 | มาก |
| 7. ค่าบริการทำความสะอาดห้องพัก | 4.03 | .92 | มาก |
| 8. วิธีการชำระเงินค่าเช่ารายเดือนผ่านช่องทางต่าง ๆ (ผ่านทาง Internet Banking) | 3.69 | 1.10 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **4.03** | **.61** | **มาก** |

3. ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเช่าห้องพักโดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษาหรือที่ทำงาน เป็นลำดับแรก ($\bar{X}$= 4.28) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาด และมีรถสาธารณะผ่าน ($\bar{X}$= 4.25) สำหรับข้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเป็นลำดับสุดท้าย คือ จุดต้อนรับมองเห็นชัดเจน ติดต่อสะดวก ($\bar{X}$= 3.87) ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่

| ด้านสถานที่ | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษา / ที่ทำงาน | 4.28 | .82 | มากที่สุด |
| 2. ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาด | 4.25 | .87 | มากที่สุด |
| 3. ทำเลที่ตั้งของห้องพักมีรถสาธารณะผ่าน (เช่น รถสี่ล้อแดง, มอเตอร์ไซด์รับจ้าง, รถแท็กซี่) | 4.25 | .88 | มากที่สุด |
| 4. ที่จอดรถของห้องพักมีความปลอดภัย | 4.17 | .85 | มาก |
| 5. ที่จอดรถของห้องพักมีเพียงพอ | 3.97 | 1.00 | มาก |
| 6. จุดต้อนรับมองเห็นชัดเจน ติดต่อสะดวก | 3.87 | .93 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **4.13** | **.60** | **มาก** |

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก โดยพิจารณาจากแผ่นพับโฆษณา ห้องพัก และการมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ เป็นลำดับแรก ($\bar{\chi}$ = 2.62) สำหรับข้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเป็นลำดับสุดท้าย คือ ป้ายโปสเตอร์โฆษณาห้องพัก ($\bar{\chi}$ = 2.58) ดังตารางที่ 6

5. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก โดยพิจารณาจากพนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเรียบร้อย เหมาะสม เป็นลำดับแรก ($\bar{\chi}$ = 3.76) รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการ ($\bar{\chi}$ = 3.74) สำหรับข้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเป็นลำดับสุดท้าย คือ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และมีความซื่อสัตย์ ($\bar{\chi}$ = 3.49) ดังตารางที่ 7

**ตารางที่ 6** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

| ด้านการส่งเสริมการตลาด | $\bar{\chi}$ | S.D. | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. แผ่นพับโฆษณา ห้องพัก | 2.62 | 1.29 | ปานกลาง |
| 2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณาห้องพัก | 2.58 | 1.27 | ปานกลาง |
| 3. การมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ | 2.62 | 1.34 | ปานกลาง |
| 4. การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และข่าวสารประชาสัมพันธ์ | 2.61 | 1.28 | ปานกลาง |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **2.61** | **.98** | **ปานกลาง** |

**ตารางที่ 7** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร

| ด้านบุคลากร | $\bar{\chi}$ | S.D. | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม | 3.76 | .97 | มาก |
| 2. พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการ | 3.74 | .93 | มาก |
| 3. พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ปัญหา | 3.60 | .95 | มาก |
| 4. พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ | 3.58 | .93 | มาก |
| 5. มีพนักงานทำงานตลอด 24 ชั่วโมง (เช่น พนักงานที่ให้บริการ, แม่บ้าน,พนักงานรักษาความปลอดภัย) | 3.51 | 1.03 | มาก |
| 6. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์ | 3.49 | 1.08 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **3.61** | **.79** | **มาก** |

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก โดยพิจารณาจากระบบการรักษาความปลอดภัยของห้องพัก เช่น คีย์การ์ด กล้องวงจรปิด เป็นลำดับแรก ($\bar{\chi}$ = 4.07) สำหรับข้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเป็นลำดับสุดท้าย คือ การรับข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย ($\bar{\chi}$ = 3.36) ดังตารางที่ 8

**ตารางที่ 8** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ

| ด้านกระบวนการ | $\bar{\chi}$ | S.D. | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ระบบการรักษาความปลอดภัยของห้องพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด | 4.07 | .96 | มาก |
| 2. ขั้นตอนในการติดต่อกับห้องพักในด้านต่างๆ สะดวกและรวดเร็ว | 3.62 | 1.09 | มาก |
| 3. ระบบป้องกันอัคคีภัย / ทางออกฉุกเฉินของห้องพัก | 3.53 | 1.15 | มาก |
| 4. การรับข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย | 3.36 | 1.22 | ปานกลาง |
| 5. ระบบการออกใบแจ้งหนี้ | 3.60 | 1.05 | มาก |
| 6. ระบบการรับฝากข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้อง | 3.58 | 1.05 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **3.62** | **.79** | **มาก** |

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก โดยพิจารณาจากป้ายห้องพักมีความโดดเด่น สังเกตเห็นง่าย เป็นลำดับแรก ($\bar{\chi}$ = 3.71) สำหรับข้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเป็นลำดับสุดท้าย คือ สภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก เช่น บริเวณห้องพัก ลานจอดรถ มีความสะอาดและสวยงาม ($\bar{\chi}$ = 3.51) ดังตารางที่ 9

**ตารางที่ 9** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพ

| ด้านลักษณะทางกายภาพ | $\bar{\chi}$ | S.D. | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ป้ายห้องพักมีความโดดเด่นสังเกตเห็นง่าย | 3.71 | .96 | มาก |
| 2. การออกแบบตกแต่งพื้นที่บริเวณห้องพัก เช่น โถงพัก | 3.64 | 1.03 | มาก |
| 3. การจัดพื้นที่บริเวณห้องพักให้เป็นสัดส่วน | 3.64 | 1.01 | มาก |
| 4. ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของห้องพัก | 3.66 | 1.09 | มาก |
| 5. สภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก เช่น บริเวณห้องพัก ลานจอดรถ มีความสะอาด และสวยงาม | 3.51 | 1.04 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | **3.63** | **.83** | **มาก** |

## อภิปรายผล

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการของผู้เช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าผู้เช่าต้องการห้องพักที่มีความคงทน มีเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ตลอดจนมีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้เช่าห้องพักคาดหวังไว้ว่าจะต้องได้รับจากผู้ประกอบการ สอดคล้องฟิลลิป คอทเลอร์ (Kotler, 2003 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยคุณภาพผลิตภัณฑ์ ความทนทาน ความน่าเชื่อถือ ความมีรูปลักษณ์พิเศษจะสามารถสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่ลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ สอดคล้องกับสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ที่พบว่าส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพัก (ชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ, 2556)

2. ด้านราคา เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า การตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักจะต้องคำนึงค่าใช้จ่ายที่ผู้เช่าสามารถจะชำระได้ในแต่ละเดือนโดยไม่กระทบต่อรายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้เช่าห้องพักที่เป็นนักศึกษา ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก และกลุ่มผู้เช่าห้องพักที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากจะเลือกเช่าห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันแต่จะมีราคาสูง ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยก็จะเลือกเช่าห้องพักที่ราคาต่ำลงมา (ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล, 2556) จะเห็นได้ว่าราคามีบทบาทในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อหรือใช้บริการที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2548; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) สอดคล้องกับสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ที่พบว่าราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาเลือกบริการเช่าห้องพัก (ธิติภรณ์ อินมุตโต, 2550)

3. ด้านสถานที่ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่าสถานที่เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า สถานที่ให้บริการควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้สะดวก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) สอดคล้องกับชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ (2556) ที่พบว่าห้องพักต้องอยู่ใกล้กับสถานศึกษา หรือที่ทำงาน รวมทั้งต้องอยู่ในแหล่งชุมชนและใกล้ตลาด มีรถสาธารณะผ่านเข้า – ออก (สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ, 2555 ; ธิติภรณ์ อินมุตโต, 2550)

4. ด้านบุคลากร เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า ผู้เช่าห้องพัก

ต้องการพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่ง ธีรกิติ นวรัต ณ อยุธยา (2547) ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อผู้ให้บริการมอบคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจของการบริการซึ่งผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีคือลูกค้าได้รับความพึงพอใจและก่อให้เกิดความสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Retention) ตลอดจนเป็นการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะเวลายาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) กับสินค้าหรือบริการตลอดไป สอดคล้องกับสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรมีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักอยู่ในระดับมาก (ธิติภรณ์ อินมุตโต, 2550 ; ชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ, 2556)

5. ด้านกระบวนการ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า กระบวนการในการให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็ว เช่น การแนะนำลูกค้าเยี่ยมชมห้องพัก การคิดค่าบริการที่เป็นธรรมเที่ยงตรง การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น การบริการของช่างซ่อมแซมอุปกรณ์ภายในห้องพัก เมื่อลูกค้าแจ้งปัญหา ตลอดจนขั้นตอนในการให้บริการในด้านต่าง ๆ ที่มีความสะดวกและรวดเร็วทำให้ผู้เช่าห้องพักมีความสะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการ ทำให้ผู้เช่าห้องพักมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น สอดคล้องกับธิติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่พบว่า กระบวนการให้บริการของผู้ประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก (ชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ, 2556; สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ, 2555)

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า ลักษณะทางกายภาพ เช่น การออกแบบตกแต่งสถานที่ และสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการ โดยผ่านหลักฐานที่สามารถมองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของการบริการนั้น ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) สอดคล้องกับสรัญญา สุขเพิ่ม (2556) ที่พบว่า ผู้เช่าห้องพักมีความต้องการต่อบริการด้านกายภาพอยู่ในระดับมาก (สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ, 2555 ; ชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ, 2556)

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านส่งเสริมการตลาด อาจเป็นเพราะว่าผู้เช่าห้องพักมุ่งเน้นไปที่ความคงทน ราคา กระบวนการให้บริการ และสถานที่ของห้องพัก ไม่สนใจกิจกรรมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการนำเสนอ เช่น แผ่นพับโฆษณาห้องพัก ป้ายโปสเตอร์โฆษณาห้องพัก และการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และข่าวสารประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการทราบข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งต้องแน่ใจว่าเป้าหมายมีความเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย สอดคล้องกับ ธิติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีผล

ต่อการเลือกให้บริการห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง (พจนารถ อิ่มสอน และไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์, 2558)

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรดูแลและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักให้มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ

2. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการกำหนดราคาห้องพักที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงประเภทของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการ และอาจกำหนดราคาหลายระดับให้ผู้เช่าห้องพักได้เลือกตามความต้องการ

3. ด้านสถานที่ ผู้ประกอบกาคควรจัดสถานที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอกับจำนวนผู้เช่าห้องพักและบริเวณที่จอดรถควรจัดให้มีแสงสว่างอย่างเพียงพอสามารถมองเห็นได้ชัดเจน และมีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ผู้เช่าห้องพักมีความรู้สึกไว้วางใจและรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สิน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรใช้การประชาสัมพันธ์การให้บริการห้องพักผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค อินสตาร์แกรม และ ไลน์ เป็นต้น เพราะสามารถประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว นอกจากนี้ควรจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้เข้ามาใช้บริการห้องพัก

5. ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการ มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เช่า

6. ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรจัดเตรียมกระบวนการให้บริการต่าง ๆ เช่น การแนะนำลูกค้าเยี่ยมชมห้องพัก การรับชำระเงินที่ถูกต้อง และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผู้เช่าห้องพักเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรจัดสภาพแวดล้อมบริเวณที่พักให้เหมาะสม เช่น ตกแต่งสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น สะอาด ปลอดภัย เหมาะสมกับเป็นสถานที่สำหรับอยู่อาศัย มีแสงสว่างเพียงพอทั้งภายในและภายนอกอาคารที่พัก มีระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก ซึ่งจะทำให้ผู้เช่าเกิดความประทับใจและมีความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายเมื่อเทียบกับสถานที่พักบริเวณใกล้เคียงกัน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังและตามที่ได้รับจริงของผู้เช่าห้องพัก เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ

2. ควรมีการศึกษาการสร้างกลยุทธ์การให้บริการหอพักเพื่อสร้างความสามารถในแข่งขันทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

## เอกสารอ้างอิง

ธิติภรณ์ อินมุตโต. (2550). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการหอพัก เซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่.* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

ข่าวสด. (2559). *แทงนักศึกษาสาวม.เชียงใหม่ 7 แผล ศพหมกหอพักด้านหลังมหาวิทยาลัย ตร. ตามล่าตัวแฟนหนุ่ม.* สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/view_newsonline php?newsid= 1454673333

ทนงศักดิ์ จิรวัฒนวิจิตร. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม.* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร)

นภพร ฐานียะพาณิชย์. (2556). *แผนธุรกิจ NP อพาร์ทเม้นท์.* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล. (2556). *ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี.* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศิริพร วงษ์นครินทร์. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา.* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระ เครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (ECOMMERCE).* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน (2553). *สถิติประชากรและเคหะ เชียงใหม่.* สืบค้นจาก http://www.nso.go.th

สรัญญา สุขเพิ่ม. (2556). *ความต้องการของนิสิตต่อการบริการด้านหอพักนิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวร.* พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่.* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

สุนิศาตรี ธนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)

เสรี วงษ์มณฑา. (2548). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ล.

ธีรกิติ นวรัต ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการ แนวคิดและกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชนายุส เชียวเชิงการุณ. (2556). *ปัจจัยการตัดสินใจเลือกหอพักในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า 32.* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต)

พจนารถ อิ่มสอน และไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 6*(2), 134 – 144.