



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก เพื่อเป็นข้อมูลส่งเสริมในการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจห้องพัก และเพื่อสนองต่อสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าห้องพักในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.940 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) ผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอายุอยู่ระหว่าง 19 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.75 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 97.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 95.25 อาชีพนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 69.75 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001- 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.75

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมพบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ในรายด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ตามลำดับซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ในประเด็นย่อยจำแนกตามผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริมดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคงทนของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาได้แก่ เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ ครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ห้องพักมีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ภาพพจน์และชื่อเสียงห้องพักและการออกแบบและความสวยงามของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 หนังสือ ตู้เสื้อผ้า อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความสะอาดของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 สัญญาณ เเบบ์ TV มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มาตรการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และที่พักรของห้องพักมีความใหม่และสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์เสริม พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญ

กับประเด็นย่อย บริการ ชักรีด หรือเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญภายในห้องพัก มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีร้านขายของชำภายในห้องพักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านราคา พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบล ช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นย่อย ค่าเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือนมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา ได้แก่ ค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าน้ำที่ต้องจ่ายต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ค่าไฟที่ต้องจ่ายต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าประกันความเสียหายต่อห้องพักและค่าบริการอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าบริการทำความสะอาดห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และวิธีการชำระเงินค่าเช่ารายเดือนผ่านช่องทางต่าง ๆ (ผ่านทาง Internet Banking) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบล ช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของห้องพัก ใกล้สถานศึกษา หรือที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาด และทำเลที่ตั้งของห้องพัก มีรถสาธารณะผ่านเข้า - ออก (เช่น รถสี่ล้อแดง, มอเตอร์ไซค์รับจ้าง, รถแท็กซี่) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถของห้องพักมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ที่จอดรถของห้องพักมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และจุดต้อนรับมองเห็นชัดเจน ติดต่อสะดวก ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นย่อย แผ่นพับโฆษณา ห้องพักและการมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 รองลงมา ได้แก่ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และข่าวสารประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 และป้ายโปสเตอร์โฆษณาห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 ตามลำดับ

5. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบล ช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ในประเด็น

ย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง โดยประเด็นย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเรียบร้อย เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมา ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีพนักงานทำงานตลอด 24 ชั่วโมง (เช่น พนักงานที่ให้บริการ, แม่บ้าน, พนักงานรักษาความปลอดภัย) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และประเด็นย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และมีความซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ตามลำดับ

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง โดยประเด็นย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก คือ ระบบการรักษาความปลอดภัยของห้องพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อกับห้องพักในด้านต่างๆ สะดวกและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระบบการออกไปแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ระบบการรับฝากข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ระบบป้องกันอัคคีภัย/ทางออกฉุกเฉินของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และประเด็นย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง คือการรับข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ตามลำดับ

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นย่อยป้ายห้องพักมีความโดดเด่นสังเกตเห็นง่ายมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมา ได้แก่ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 การออกแบบตกแต่งพื้นที่บริเวณห้องพัก เช่น โถงพัก และการจัดพื้นที่บริเวณห้องพักให้เป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และสภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก เช่น บริเวณห้องพัก ลานจอดรถ มีความสะอาด และสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้เช่าห้องพักที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.69 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ผู้ตอบแบบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบถามที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา ด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้เช่าห้องพักที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกันด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ผู้เช่าที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 19–24 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25–30 ปี และอายุ 30 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.67 และ 3.65 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบถามมีอายุ 19–24 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ผู้ตอบแบบถามมีอายุ 25–30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ผู้ตอบแบบถามมีอายุ 30ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้เช่าที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรีและผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.62 และ 3.54 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้เช่าที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้เช่าที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับจ้างทั่วไป และข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.68, 3.68 และ 3.67 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น

พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านราคา และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้เข้าที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้เช่าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท รายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.71, 3.67 และ 3.66 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้เช่าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ และรายได้ต่อเดือน ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ ต่อเดือน
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2. ด้านราคา	.000***	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	.024*
3. ด้านสถานที่	.000***	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	.002**
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.003**	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
5. ด้านบุคลากร	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
6. ด้านกระบวนการ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

อภิปรายผล

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการของผู้เช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักในตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สูงสุดเป็นลำดับแรก และในประเด็นย่อย ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญกับเรื่อง ความคงทนของห้องพัก มีเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และห้องพักมีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นบริการขั้นพื้นฐานที่ผู้เช่าห้องพักคาดหวังไว้ว่าจะต้องได้รับ และเป็นสิ่งที่ผู้เช่าห้องพักสามารถที่จะสัมผัสได้ทางใจและรับรู้ได้จริงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก หากผู้ประกอบการได้จัดเตรียมความพร้อมของเครื่องเรือน ระบบไฟฟ้าภายในอาคารและห้องพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้เช่าห้องพักและคุ้มค่าที่จะต้องเสียไป

เช่น ค่าใช้จ่ายเรื่องที่פקอาศัย ค่าเดินทาง และความสะดวกสบาย เป็นต้น ก็จะสามารถกระตุ้นการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักได้ในทันทีสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ ฟิลลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) อธิบายไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและจะต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่ลูกค้าโดยจะต้องประกอบไปด้วย คุณสมบัติ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความทนทาน ความน่าเชื่อถือ ความมีรูปลักษณ์พิเศษ การออกแบบห้องพัก สถานที่ตั้งของห้องพักโดยปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจจะมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่ให้ลูกค้าแก่ลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้

การศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก ในเรื่องเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก และขนาดห้องพักอยู่ในระดับมาก ดังนั้น การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นสำหรับผู้เช่าห้องพักจะเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของห้องพักได้มากที่สุด และจะทำให้ได้เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

2. ด้านราคา ฟิลลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) กล่าวว่า ราคา (Price) คือต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจะต้องจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับบริการที่จะได้รับเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการจะต้องใช้ความพยายามในการคิดเพื่อที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมของลูกค้า ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ราคามีบทบาทในการกำหนดว่า ลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ และรวมถึงการมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วย ซึ่งจะต้องมีการกำหนดราคาการให้บริการให้มีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการด้วยผลจากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญมากเป็นลำดับที่ 3 โดยให้ความสำคัญกับเรื่องค่าเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือนค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก และค่าน้ำที่ต้องจ่ายต่อเดือน เมื่อคำนวณแล้วว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องชำระในแต่ละเดือนซึ่งผู้เช่าสามารถที่จะชำระได้โดยไม่กระทบต่อรายได้ที่ได้รับก็จะสามารถตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้เช่าห้องพักที่เป็นนักศึกษาซึ่งมีมากถึงร้อยละ 69.75 ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มผู้เช่าห้องพักที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ดังนั้น การตั้งราคาเช่าห้องพักจึงมีความสำคัญต่อธุรกิจห้องพัก เมื่อผู้เช่าห้องพักพิจารณาแล้วว่าอยู่ในอัตราที่สามารถจะจ่ายได้ และมีความคุ้มค่าที่จะจ่ายเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจห้องพักในบริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2548:32-46)

กล่าวว่าบุคคลแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการในแนวทางของตนเอง ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ นับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการ จนถึงการตกลงใจซื้อ

การศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากในเรื่องค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเช่ารายเดือน สอดคล้องกับการศึกษาของ ธิติภรณ์ อินมุตโต (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพัก เซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน 3 อันดับแรกในส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา คือ ค่าเช่ารายเดือน และค่าโทรศัพท์ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการเลือกเช่าห้องพักสำหรับกลุ่มลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เช่าจะต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าของบริการที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือน

3. ด้านสถานที่ ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญมากเป็นลำดับที่ 2 โดยผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญมากกับเรื่องทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษา หรือที่ทำงานทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาดทำเลที่ตั้งของห้องพักมีรถสาธารณะผ่านเข้า - ออก (เช่น รถสี่ล้อแดง,มอเตอร์ไซด์รับจ้าง,รถแท็กซี่)จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ (2546) กล่าวไว้ว่า ในการพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของสถานที่บริการหรือห้องพักจะต้องให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้สะดวกดังนั้นทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการห้องพักต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายและจะต้องมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมีที่จอดรถเพียงพอรวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

การศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก และทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือใกล้ตลาด ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษาหรือที่ทำงาน และที่จอดรถของห้องพักมีความปลอดภัย เช่นเดียวกับการศึกษาของ ธิติภรณ์ อินมุตโต (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพัก เซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ

ในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้กับสถานศึกษา หรือที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาด และที่จอดรถของห้องพักมีความปลอดภัย จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักเป็นอย่างมาก

4. ด้านส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารการตลาดถึงยังกลุ่มผู้บริโภค และต้องให้แน่ใจว่าตลาดเป้าหมายมีความเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขายผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้เช่าห้องพักไม่ได้ให้ความสนใจต่อกิจกรรมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการนำเสนอ เช่น แผ่นพับ โฆษณาห้องพักป้ายโปสเตอร์ โฆษณาห้องพักการมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ และการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศและข่าวสารประชาสัมพันธ์

การศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของธิดิภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง เพราะผู้เช่าห้องพักมุ่งเน้นไปที่ห้องพักมากกว่าการแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ของห้องพัก ดังนั้น จึงไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก

5. ด้านบุคลากร (People) คือ การฝึกอบรมและจูงใจให้พนักงานเกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะสร้างให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งขึ้น โดยพนักงานจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น จากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าพนักงานผู้ให้บริการประจำห้องพักในแต่ละแห่งมีความสำคัญมากต่องานบริการห้องพัก เพราะพนักงานเป็นผู้ที่ต้องพบปะกับลูกค้าโดยตรง พนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจและไม่พึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการได้ ซึ่งสุดาตวง เรืองรุจิระ (2541: 116) กล่าวว่า งานบริการมีลักษณะเฉพาะถ้าผู้รับบริการได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทันทีที่ดังนั้นเมื่อผู้รับบริการได้รับการสนองตอบตรงตามความต้องการก็จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดีแต่ในทางกลับกันถ้าไม่ได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทางที่ไม่ดีต่อผู้ให้บริการและองค์กรที่ให้บริการในทันทีเช่นกัน ด้วยเหตุนี้งานบริการจึงต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดีบริการจะดีหรือไม่ดีมากนักขึ้นอยู่กับคนอยู่กับผู้ให้บริการ ถ้าได้คนที่มีจิตสำนึกในการให้บริการดี มีทัศนคติต่อการให้บริการดีและได้รับการปลูกฝังนิสัยในการให้บริการและฝึกฝนตนเองมาดี ก็จะทำให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ ในทางกลับกันถ้าได้คนไม่ดีมาเป็นผู้ทำงานให้บริการก็จะเท่ากับผิดพลาดตั้งแต่ต้นแล้วจะหวังให้เกิดบริการที่ดีคงเป็นไปได้ยาก เพราะคนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการ

สร้างและทำลายงานบริการ บริการที่ผิดพลาดบกพร่อง นำความเสียหายมากผู้องค์กรจะพบว่าส่วนใหญ่เกิดจากคน องค์กรหลายแหล่งเคยได้รับชื่อเสียงยกย่องว่าให้บริการดี แต่พอเปลี่ยนทีมงานที่ให้บริการก็มีเสียงสะท้อนว่าให้บริการด้วยคุณภาพหรือให้บริการไม่ดีดังเดิมและอาจถึงขั้นทำให้เสียผู้รับบริการเดิมไปก็ได้

การศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เข้าในการเลือกห้องพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรมีผลต่อผู้เข้าในการเลือกห้องพักในอำเภอฝางจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของธิดิธรณ์ อินมุตโต (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพัก เซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล จะเห็นได้ว่าบุคลากรมีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจบริการห้องพักเป็นอย่างมาก

6. ด้านกระบวนการ คือ กระบวนการในการให้บริการกับลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ โดยเป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและเกิดความประทับใจกับลูกค้า เช่น การทักทายและต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อห้องพัก การแนะนำลูกค้าเยี่ยมชมห้องพัก การคิดค่าบริการที่เป็นธรรมเที่ยงตรง รวมถึงกระบวนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น การบริการของช่างซ่อมแซมอุปกรณ์ภายในห้องพัก เมื่อลูกค้าแจ้งปัญหาเป็นต้น ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักอยู่ในระดับมากจากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า นอกเหนือไปจากห้องพัก ราคา และสถานที่แล้ว ขั้นตอนการให้บริการก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกให้บริการห้องพักไม่น้อยไปกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมไปถึงขั้นตอนในการให้บริการในด้านต่างๆ ที่มีความสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ผู้เข้าพักมีความสะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการห้องพักจะยังทำให้ผู้เข้าพักหรือลูกค้ามีการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

การศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เข้าในการเลือกห้องพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการมีผลต่อผู้เข้าในการเลือกห้องพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของธิดิธรณ์ อินมุตโต (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพัก เซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก

จะเห็นว่า สถานที่บริการห้องพักที่มีการบริการที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า มีขั้นตอนในการให้บริการในด้านต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและเป็นที่น่าพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้เช่าได้เป็นอย่างดี

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ การแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่สามารถมองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของการส่งมอบบริการนั้น ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น และให้ความสำคัญเรื่องป้ายห้องพักมีความโดดเด่นสังเกตเห็นง่ายมากที่สุด รองลงมาคือ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของห้องพักการออกแบบตกแต่งพื้นที่บริเวณห้องพัก เช่น โถงพัก และการจัดพื้นที่บริเวณห้องพักให้เป็นสัดส่วน จากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การเตรียมความพร้อมของธุรกิจประเภทการบริการห้องพักไว้รองรับผู้เช่าห้องพักหรือลูกค้าที่ต้องการจะเช่าห้องพักได้เห็นถึงสภาพความพร้อมของสถานที่ห้องพัก มาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เช่าห้องพัก และความพร้อมในด้านต่างๆ แสดงถึงความเป็นมืออาชีพของผู้ประกอบการซึ่งผู้เช่าห้องพักหรือลูกค้าสามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ณ สถานที่ให้บริการจริง จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ทันที นอกจากนี้ยังแสดงถึงความเป็นมืออาชีพที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสู้คู่แข่งกันในบริเวณเดียวกันได้ สอดคล้องกับแนวคิดของฟิลลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ซึ่งศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ว่าเป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่สามารถมองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของการส่งมอบบริการนั้น ๆ เช่น การออกแบบตกแต่งสถานที่ และสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม เป็นต้น

การศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสร้อยญา สุขเพิ่ม (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ความต้องการของนิสิตต่อการบริการด้านห้องพักนิสิตมหาวิทยาลัยนครสวรรค์พิจญ โลก ผลการศึกษาพบว่า นิสิตมีความต้องการต่อการบริการด้านห้องพักนิสิตด้านกายภาพอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก การนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจบริการห้องพักจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความมั่นใจในความเป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการธุรกิจห้องพัก และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพสำหรับปัจจัยส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ศึกษาจึงนำมาเป็นข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรมีการดูแลและใส่ใจกับการบริหารจัดการห้องพักให้มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ เช่น ความพร้อมด้านเครื่องนอน สุภัณฑ์ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความทันสมัย และอินเทอร์เน็ตWi-fi เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักทุกๆ 5 ปี ตรวจสอบและซ่อมแซม อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อความปลอดภัยและสุขอนามัยของผู้เช่าห้องพักและเป็นการบำรุงรักษาห้องพักให้อยู่ในสภาพที่พร้อมจะให้บริการอยู่เสมอ

2. ด้านราคา ปัจจุบันสถานประกอบการประเภทห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีอยู่เป็นจำนวนมาก และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามความพอใจของลูกค้าที่ยินดีจะจ่าย ซึ่งหากผู้ประกอบการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และคุณภาพบริการก็สามารถดึงดูดความสนใจให้แก่ผู้เช่าห้องพักได้ การออกแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์โดดเด่น แปลกและแตกต่างจากคู่แข่งขั้นมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกครบตามความต้องการของผู้เช่าห้องพัก มีระบบความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอกอาคาร และมีบริการฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า เพศและรายได้มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องพักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างห้องพักสำหรับชายและหญิง และมีหลายระดับราคาให้ผู้เช่าห้องพักหรือลูกค้าได้เลือกตามความต้องการ

3. ด้านสถานที่ ผู้ประกอบการควรจัดหาสถานที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอกับจำนวนผู้เช่าห้องพักที่มีรถยนต์ส่วนตัว เพราะเป็นเรื่องที่ผู้เช่าให้ความสำคัญมากไม่น้อยไปกว่าทำเลที่ตั้ง นอกจากนี้แล้ว ภายในอาคารจอดรถควรจัดให้มีแสงสว่างอย่างเพียงพอสามารถมองเห็นได้ชัดเจน และมีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ผู้เช่าห้องพักมีความรู้สึกไว้วางใจและรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินที่ฝากไว้กับสถานประกอบการ นอกจากนี้ยังพบว่า เพศและรายได้มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องพักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรออกแบบตกแต่งห้องพักให้เหมาะสมกับผู้เช่าหรือลูกค้า เช่น แยกประเภท

ห้องพักชายและหญิง บริเวณห้องพักรวมหญิงควรมีพนักงานและรักษาความปลอดภัยหญิงประจำ 24 ชั่วโมง เป็นต้น

4. ด้านส่งเสริมการตลาด ในการประชาสัมพันธ์ห้องพัก ผู้ประกอบการควรหาวิธีการประชาสัมพันธ์ที่นอกเหนือไปจากสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และแผ่นพับ เช่น โซเชียลมีเดีย Facebook Instagram และ Line เป็นต้น เพราะปัจจุบันสื่อโซเชียลมีเดียได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และอาจกล่าวได้ว่าโซเชียลมีเดียกลายเป็นปัจจัยที่ 5 ของผู้บริโภค ซึ่งสื่อโซเชียลมีเดียนอกจากจะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างสูงสำหรับผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและหลากหลาย ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรจัดแคมเปญสำหรับผู้เช่าห้องพักที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เพื่อเป็นการขอบคุณและรักษาสถานะลูกค้ากลุ่มนี้ในระยะยาว เช่น ให้ส่วนลด 10-20% มอบของสมนาคุณในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า เพศมีผลต่อการให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องพักแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับทุกเพศ ซึ่งควรมีการศึกษาและทำวิจัยเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสำหรับชายและหญิง เพื่อให้การจัดกิจกรรมนั้นๆ สอดคล้องกับความต้องการที่ชัดเจน จะทำให้กิจกรรมส่งเสริมการตลาดประสบความสำเร็จและตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

5. ด้านบุคลากร มีความสำคัญต่องานบริการ การมีบุคลากรที่ดี มีจิตใจให้บริการจะช่วยให้งานบริการดำเนินไปอย่างราบรื่นและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจห้องพักควรคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการมีความสามารถในการแก้ปัญหา และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและพูดจาสุภาพ

6. ด้านกระบวนการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกให้บริการห้องพักในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องระบบการรักษาความปลอดภัยของห้องพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด เพราะปัจจุบันมีข่าวอาชญากรรมและการลักขโมยตามห้องพักที่ไม่ได้มาตรฐานอยู่บ่อยๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เช่าห้องพักตั้งแต่แรกเห็น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อผู้เช่าห้องพักที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกให้บริการห้องพักในระดับมากดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรจัดแต่งสถานที่ให้โดดเด่น มองเห็นได้ชัดเจน มีป้ายแสดงทางเข้า-ออก มีแสงสว่างเพียงพอตั้งแต่ทางเข้าจนถึงตัวอาคารห้องพัก ระเบียงทางเดิน และมีการออกแบบตกแต่งสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น สะอาด ปลอดภัย เหมาะสมกับเป็นสถานที่สำหรับอยู่อาศัย

ซึ่งจะทำให้ผู้เช่ามีความรู้สึกรู้ค่ากับเงินที่ต้องจ่ายเป็นค่าเช่าห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับสถานที่
ในบริเวณใกล้เคียงกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและบริการที่ได้รับจริงของผู้เช่า
ห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการห้องพักของ
ผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อ
ผู้ประกอบการห้องพักในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาห้องพักให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการของห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ให้บริการในการพิจารณาเลือกเช่าห้องพักที่มีคุณภาพด้านบริการ
และความปลอดภัยในการอยู่อาศัย อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในการปรับปรุง
คุณภาพบริการธุรกิจห้องพักของตนเองให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และผู้ที่สนใจจะเริ่มดำเนินธุรกิจ
ห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการนำข้อมูลไปศึกษาวิเคราะห์ก่อนเริ่มดำเนินการ