

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายณัฐพงษ์ นักรักษ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ. ดร. นฤนาถ ศรภักย์วานิช

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ. ดร. จีราวรรณ ฉายสุวรรณ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มผู้ที่ใช้บริการห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน (รวมค่าอาหาร ค่าน้ำมัน ค่าเบี้ยขยัน และเงินพิเศษอื่นๆ) ไม่เกิน 10,000 บาท มีอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน การพักอาศัยปัจจุบันอยู่คนเดียว ค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของห้องพัก 1,001 – 2,000 บาท รูปแบบการชำระค่าน้ำและค่าไฟฟ้าแบบคิดมิเตอร์แยก แหล่งข้อมูลที่รู้จักห้องพักคือ มีคนแนะนำ โดยเป็นผู้ตัดสินใจเลือกห้องพักด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่เคยย้ายที่พักอาศัยห้องพัก และเหตุผลหรือปัญหาที่ทำให้ตัดสินใจย้ายห้องพักเพราะถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่น เสียงดัง และปัญหาที่พบในการเช่าห้องพักคือถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่น เสียงดัง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ด้านบุคคล รองลงมา ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความสงบเงียบ รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร และความเหมาะสมของขนาดห้องพัก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก รองลงมาความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า และการเก็บค่าประกัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ หอพักใกล้ที่ทำงาน รองลงมาความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน (เช่น มีรถโดยสารผ่าน)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การดูแล ให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting Customers Towards
Selecting Dormitories in Chiang Mai Municipality

Author Mr. Natapong Nakkaree

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Dr. Naruanard Sarapaivanich Advisor

Associate Professor Dr. Chirawan Chaisuwan Co-advisor

ABSTRACT

This independent study aims to study service marketing mix factors affecting customers towards selecting dormitories in Chiang Mai Municipality. Research samplings are identified to 400 customers of the dormitories located in Chiang Mai Municipality boundary. Questionnaires are used as a tool to collect data; then all data are analyzed by using the descriptive statistics, consisting of frequency, percentage, and means.

The results of the study indicated that the majority of respondents were single female, aged between 20 – 29 years old, with Bachelor's degree. Their monthly incomes, including meal and gas allowances, active payment, and extra revenues, were less than 10,000 Baht. The majority worked as employees / officers of private companies and lived alone at the dormitory. In each month, they paid for the room rent at the amount of 1,001 – 2,000 Baht, excluding water supply and electricity charges. Source of information where they learned about the dormitory was the recommendation from friends; but the respondents selected the dormitory by themselves. Most of them had an experience in moving out from another dormitory with the reason of being disturbed by the loud noise from neighboring rooms, which was also mentioned as the problem found in renting a room in any dormitory.

Hereafter were shown the results of the study on service marketing mix factors affecting customers towards selecting dormitories in Chiang Mai Municipality.

The findings suggested that the respondents rated high importance on factors namely people, price, product, physical evidence, service process, and place, respectively; but moderate importance on promotion.

Below were shown sub-elements of the above factors, affecting the selection of dormitory, that the respondents rated the highest importance on.

In product factor, the respondents rated the highest importance on quietness, strength/durability of building's structure, and appropriate size of room, accordingly.

In price factor, the respondents rated the highest importance on reasonable rates for room rent, advance payment, and insurance fee, accordingly.

In place factor, the respondents rated the highest importance on easy-access location close to office, convenient transportation (i.e having public transportation), accordingly.

In promotion factor, the respondents rated the highest importance on recommendation from friends and having friends staying in the same dormitory, accordingly.

In people factor, the respondents rated the highest importance on attention and advice of staff and attention of security guard, accordingly.

In service process factor, the respondents rated the highest importance on rapid aid; for example the fast aid as offered when electricity was blackout, and the 24-hour staff in service, accordingly.

In physical evidence factor, the respondents rated the highest importance on protection of noise from outside, and well arrangement of landscape, accordingly.