

ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่
 Satisfaction of Chiang Mai University Students Towards Services Marketing Mix of
 Phutawan Place Dormitory, Chiang Mai Province

สุจิตรา ธนพิทักษ์* และนฤนาถ ศราภัยวานิช**

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มาใช้บริการหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาจากตัวอย่างจำนวน 164 ราย และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการจำนวน 164 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-22 เรียนอยู่ชั้นปีที่ 3 มีรายได้ 5,001 – 10,000 ใช้รถจักรยานยนต์ ตัดสินใจเข้าพักหอพักภูตะวันเพลส เนื่องจากเพื่อน ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 4.28) รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.25) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย = 4.20) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.16) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.14) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.06) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย = 3.93) นอกจากนี้ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.58) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.05) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย = 3.93) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย = 3.68) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.52) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.50) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย = 3.33) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.05) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant A คือด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยผลต่าง = 1.23) ซึ่งต้องเร่งแก้ไขก่อนลำดับแรก โดยมีปัจจัยย่อย คือ และโปรโมชันของทางหอพัก เช่น ส่วนลดราคาห้องพัก เมื่อไม่ได้อยู่ (ค่าเฉลี่ยผลต่าง = 1.48) การจัดทำเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ยผลต่าง = 1.47) และปัจจัยด้านสถานที่ (ผลต่าง = 0.83) โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ถนนผ่านหอพักกว้างขวาง รถสามารถผ่านได้สะดวก (ผลต่าง = 1.62) ที่จอดรถของหอพักมีเพียงพอ และปลอดภัย (ผลต่าง = 1.37) บริเวณของหอพักกว้างขวางไม่แออัด (ผลต่าง = 1.24)

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อยู่ใน Quadrant A ที่ควรแก้ไขในลำดับต่อไป ด้านบุคคล มีปัจจัยย่อย คือ พนักงานรักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ใจดี พนักงานของหอพักมีความซื่อสัตย์ใจดี และพนักงานหอพักมีความเอาใจใส่ ด้านราคา มีปัจจัยย่อย คือ ค่าประกันความเสียหาย ด้านลักษณะทางกายภาพ มีปัจจัยย่อย คือ สิ่งแวดล้อมในอาคาร เช่น ไฟทางเดิน บ้ายบอกทาง ทางหนีไฟ

ABSTRACT

This study aimed to examine satisfaction of Chiang Mai University students towards services marketing mix of Phutawan Place Dormitory, Chiang Mai province. Questionnaires were used as the tool to collect data from 164 samples. Data obtained were, then, analyzed by the descriptive statistic, including frequency, percentage, and mean.

The findings presented that the majority of 164 customers was the 3rd year female students in the age of 20–22 years old. They received 5,001–10,000 Baht for income and used motorbike for vehicle. Friend was considered as a person influencing their decision on staying at Phutawan Place Dormitory. In an overview, they rated the following services marketing mix factors of Phutawan Place Dormitory, Chiang Mai province at high level of importance: promotion (at the mean of 4.28), product (at the mean of 4.25), people (at the mean of 4.20), place (at the mean of 4.16), price (at the mean of 4.14), physical evidence (at the mean of 4.06), and process (at the mean of 3.93), respectively. In the meanwhile, they rated their satisfaction towards following services marketing mix factors of Phutawan Place Dormitory, Chiang Mai province at high level (at the mean of 3.58): product (at the mean of 4.05), process (at the mean of 3.93), people (at the mean of 3.68), physical evidence (at the mean of 3.52), price (at the mean of 3.50), place (at the mean of 3.33), and promotion (at the mean of 3.05), respectively.

The comparative study between level of importance and level of satisfaction that the customers gave to services marketing mix factors of Phutawan Place Dormitory, Chiang Mai province revealed that factors namely promotion and place fell into Quadrant A, which referred to attributes that required urgent improvement (at the differences of 1.23 and 0.83 in means, accordingly). Attributes in the promotion factor were special promotion as offered by the dormitory such as room discount when taking temporary leave (at the difference of 1.48 in means), and dormitory website with informative and useful content (at the difference of 1.47 in means). Attributes in the place factor were wide road in front of the dormitory that made transportation convenient (at the difference of 1.62 in means), adequate and safe parking lots (at the difference of 1.37 in means), and large and airy area of the dormitory (at the difference of 1.24 in means).

Attributes of other factors being found in Quadrant A which were needed further improvement were showed hereafter. Attributes in people factor were reliable and trustful security guards, honest and trustful staff of

the dormitory, and attention of the dormitory staff. Attribute in price factor was damage insurance fee. Attribute in physical evidence factor was indoor environment such corridor lighting, guide signs, and fire exit.

บทนำ

ปัจจุบัน จังหวัดเชียงใหม่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก มีธุรกิจต่างๆ เติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นสาเหตุให้มีความคนจำนวนมากได้ย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยมาอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น จากสถิติการเพิ่มของจำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่จาก 1,666,888 คน ใน พ.ศ. 2556 เป็น 1,678,284 คน ใน พ.ศ. 2557 (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2557) ซึ่งสาเหตุสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ผู้คนหลั่งไหลเข้ามาอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเชียงใหม่ไม่ได้เป็นแค่ศูนย์กลางทางธุรกิจของภาคเหนือเพียงอย่างเดียว ยังเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาของภาคเหนืออีกด้วย มีสถาบันทางการศึกษาที่มีชื่อเสียงตั้งขึ้นมากมาย อาทิ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นต้น (ศูนย์บริการข้อมูลการค้า การลงทุน จังหวัดเชียงใหม่, 2557) จากสาเหตุดังกล่าวมานี้ จึงทำให้เกิดความต้องการที่พักอาศัยที่เพิ่มสูงมากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน

ปัจจุบันมีหอพัก อพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นมากมาย โดยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีที่พักอาศัยเปิดให้บริการและจดทะเบียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 1,009 แห่ง โดยในเขตเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นพื้นที่บริเวณเดียวกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ มีอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมที่จดทะเบียนทั้งสิ้น 45 แห่ง และมีหอพักที่จดทะเบียนทั้งสิ้น 350 แห่ง (เทศบาลตำบลสุเทพ, 2557) ซึ่งเมื่อสังเกตจากสถิติดังกล่าวแล้วพบว่า สัดส่วนในเทศบาลตำบลสุเทพ มีจำนวนหอพักที่เกิดขึ้นมากกว่าอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียม เนื่องจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจหอพักใช้เงินลงทุนที่น้อยกว่าธุรกิจอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียม ประกอบกับค่าเช่าที่ไม่แพง หอพักจึงได้รับความนิยมในการเข้าพักจากนักศึกษา ทำให้คนส่วนใหญ่นิยมสร้างหอพัก แต่เมื่อสำรวจจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในปี 2556 จำนวน 28,822 คน และในปี 2557 จำนวน 28,434 คน (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2557) ซึ่งถือว่ามีจำนวนนักศึกษาที่ลดลง ส่งผลให้ธุรกิจหอพักมีการแข่งขันสูง เพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆ ของนักศึกษา โดยแต่ละหอพักมีการสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจให้นักศึกษามาใช้บริการหอพักของตนเอง เช่น มีระบบรักษาความปลอดภัย หอพักสวยงามกว้างขวาง มีสระว่ายน้ำ มีที่จอดรถเพียงพอ การตั้งราคาที่จูงใจ อีกทั้งยังมีการสร้างความพึงพอใจให้กับนักศึกษาที่มาใช้บริการโดยจะตั้งราคาในระดับให้เหนือกว่าคู่แข่ง และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขส่วนต่างๆ อยู่เสมอ เพื่อเป็นการรักษาระดับลูกค้าให้มาใช้บริการหอพักของตนเองอย่างต่อเนื่องให้มากที่สุด

หอพักภูตะวันเพลส เป็นสถานประกอบการประเภทหอพัก โดยตั้งอยู่ที่เลขที่ 3 หมู่ที่ 8 ตำบล สุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2551 ให้บริการห้องพักแบบรายเดือนทั้งสิ้น 99 ห้อง โดยกำหนดให้ ห้องหนึ่งห้องพักพักได้สองคน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบครัน ได้แก่ ชุดเฟอร์นิเจอร์ครบชุด พัดลม เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น มีระบบสแกนนิ้ว ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง กลิ้งวงจรวัด เป็นต้น อีกทั้งยังอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และสถานศึกษา โดยในปี 2557 มีผู้พักอาศัยจำนวนทั้งสิ้น 82 ห้องเป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2556 มีผู้พักอาศัยจำนวนทั้งสิ้น 90 ห้องโดยอัตราการเข้าพักที่ผ่านมา

มีแนวโน้มลดลง สืบเนื่องมาจากปัจจุบันมีหอพักจำนวนมาก และมีจำนวนนักศึกษาที่ลดลง จึงทำให้มีการแข่งขันกันสูง (สุรเดช ธนพิทักษ์, 2558: สัมภาษณ์)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความต้องการที่จะศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักฤดูตะวันตกเฉียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ในการแข่งขันต่อไป เพื่อที่จะสามารถพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของกิจการ และเพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจหอพักต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดการสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้า

อุทัยพรรณ สุตใจ (2547: 7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551: 180-181) อธิบายว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” และตามความหมายที่ยึดประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้อกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

2. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจได้นำกรอบแนวคิดมาจาก Martilla and James (1977: อ้างในศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis : IPA) เรียกว่า IPA เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่ายสำหรับการประเมินหรือวัดผลในคุณลักษณะผลประกอบการและความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการหรืออีกนัยหนึ่งสิ่งนี้คือความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับผลิตภัณฑ์บริการตามที่ต้องการเทคนิค IPA มีข้อดี คือ เป็นการประเมินผลที่มีต้นทุนต่ำ มีเทคนิคการประเมินที่เข้าใจง่าย และสามารถให้ข้อมูลในเชิงลึกที่สำคัญของการให้บริการซึ่งองค์กรสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปแบบกราฟสองมิติจากคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งมาจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งกราฟออกเป็นแกนตั้งและแกนนอน โดยแกนตั้งจะบอกถึงระดับความสำคัญและแกนนอนจะบอกถึงระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า โดยภายในกราฟจะแบ่งการวัดออกเป็น 2 ระดับ คือระดับมากและระดับน้อย



ภาพที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความคาดหวังหรือระดับความสำคัญ และการประเมินความเห็น (ความฟังพ้อใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ

เมื่อนำความคิดเห็นมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติ ผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่คะแนนความฟังพ้อใจต่ำ)

Quadrants B (Keep Up The Good Work) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี (คะแนนความสำคัญ และความฟังพ้อใจสูง)

Quadrants C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพต่ำในลักษณะที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ (คะแนนความสำคัญ และความฟังพ้อใจต่ำ)

Quadrants D (Possible Over Kill) คือ สินค้าหรือบริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนัก (คะแนนความสำคัญต่ำ แต่คะแนนความฟังพ้อใจสูง)

การแบ่งคุณลักษณะ Quadrant จำนวน 4 กลุ่มของข้อมูลจะใช้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและความฟังพ้อใจเป็นตัวแบ่ง

3. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2550) ได้อธิบายแนวคิดของ Philip Kotler เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้านี้ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กรอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการของหอพักภูตะวันเพลส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่รวมถึงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าระดับความความพึงพอใจและระดับความสำคัญของผู้รับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

2. ขั้นตอนการศึกษา

การศึกษาค้นคว้านี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่อ้างอิงข้อมูลจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตในการศึกษาและเพื่อเป็นแนวทาง การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มาใช้บริการหอพักภูตะวันเพลส เลขที่ 3 หมู่ที่ 8 ตำบล สุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 1 พฤษภาคม 2558 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 164 คนตามจำนวนที่ได้ลงทะเบียนไว้

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้บริการหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยานพาหนะ เป็นต้น ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญและความพึงพอใจของนักศึกษาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มาใช้บริการของหอพักภูตะวันเพลส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ข้อมูลระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ 1. พึงพอใจมากที่สุด/สำคัญมากที่สุด 2. พึงพอใจมาก/สำคัญมาก 3. พึงพอใจปานกลาง/สำคัญปานกลาง 4. พึงพอใจน้อย/สำคัญน้อย และ 5. พึงพอใจน้อยที่สุด/สำคัญน้อยที่สุด สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญนั้น จะใช้ค่าเฉลี่ยของค่าระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญเป็นจุดตัด โดยนำค่าที่ได้มาบันทึกลงในกราฟของ Martilla, J.A. and J.C. (1977): Importance- Performance Analysis เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ

และระดับความสำคัญของผู้รับบริการ ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเป็นคำถามปลายเปิดนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย

3. ประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มาใช้บริการหอพักภูตะวันเพลส เลขที่ 3 หมู่ที่ 8 ตำบล สุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 1 พฤษภาคม 2558 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 164 คนตามจำนวนที่ได้ลงทะเบียนไว้ (สุรเดช ธนพิทักษ์, 2558, สัมภาษณ์)

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาที่มาใช้บริการหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 164 คน และตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วน

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มาใช้บริการหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ได้นำแนวคิดส่วนประสมการตลาด และเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมการตลาด โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 164 คน มีผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมา ได้แก่ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.4 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมา ได้แก่ อายุ 17-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.70 อายุ 23-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.60 อายุ 25 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.50 ส่วนใหญ่เรียนอยู่ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 31.10 รองลงมา ได้แก่ ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 30.50 ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 17.70 ชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 12.20 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.50 ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมา ได้แก่ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.90 และไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.80 มีรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 54.90 รองลงมา ไม่มี คิดเป็นร้อยละ 25.60 รถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 20.70 และรถจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ตัดสินใจเข้าพักหอพักภูตะวันเพลสเนื่องจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมา ได้แก่ ผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 23.80 ผู้ที่เคยพักอาศัยมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 18.90 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.10 และสื่อโฆษณาต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่

ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมต่อผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคลด้านสถานที่ด้านราคาด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงสรุป 10 อันดับค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่

| ลำดับที่ | ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|----------|---|------------------------|-----------|-------|
| 1 | การออกแบบ และความสวยงามภายในห้องพัก | ด้านลักษณะทางกายภาพ | 4.45 | มาก |
| 2 | การแจ้งข่าวสารทั่วไปของหอพัก | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.36 | มาก |
| | การรับแจ้งซ่อม และการให้บริการซ่อมแซมรวดเร็ว | ด้านกระบวนการ | | |
| 3 | พนักงานของหอพักปฏิบัติต่อผู้เข้าพักทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน | ด้านบุคคล | 4.35 | มาก |
| 4 | ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้สถานศึกษา | ด้านสถานที่ | 4.33 | มาก |
| | พนักงานของหอพักมีความซื่อสัตย์ ไว้ใจได้ | ด้านบุคคล | | |
| 5 | บริเวณของหอพักกว้างขวางไม่แออัด | ด้านสถานที่ | 4.32 | มาก |
| | การบริหารงานของเจ้าของหอพัก | ด้านกระบวนการ | | |
| | มีระบบรักษาความปลอดภัย | | | |
| 6 | บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.31 | มาก |
| | สิ่งแวดล้อมในอาคาร | ด้านลักษณะทางกายภาพ | | |
| 7 | ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของหอพัก | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.30 | มาก |
| | บรรยากาศเหมาะแก่การพักอาศัย | | | |
| | บริการเคเบิลทีวีภายในห้องพัก | | | |
| 8 | ที่จอดรถของหอพักมีเพียงพอ และปลอดภัย | ด้านสถานที่ | 4.29 | มาก |
| 9 | โปรโมชั่นของทางหอพัก | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.27 | มาก |
| | พนักงานรักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้ | ด้านบุคคล | | |
| | การออกแบบและความสวยงามของอาคารหอพัก | ด้านลักษณะทางกายภาพ | | |
| 10 | ค่าเช่ารายเดือน | ด้านราคา | 4.25 | มาก |

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

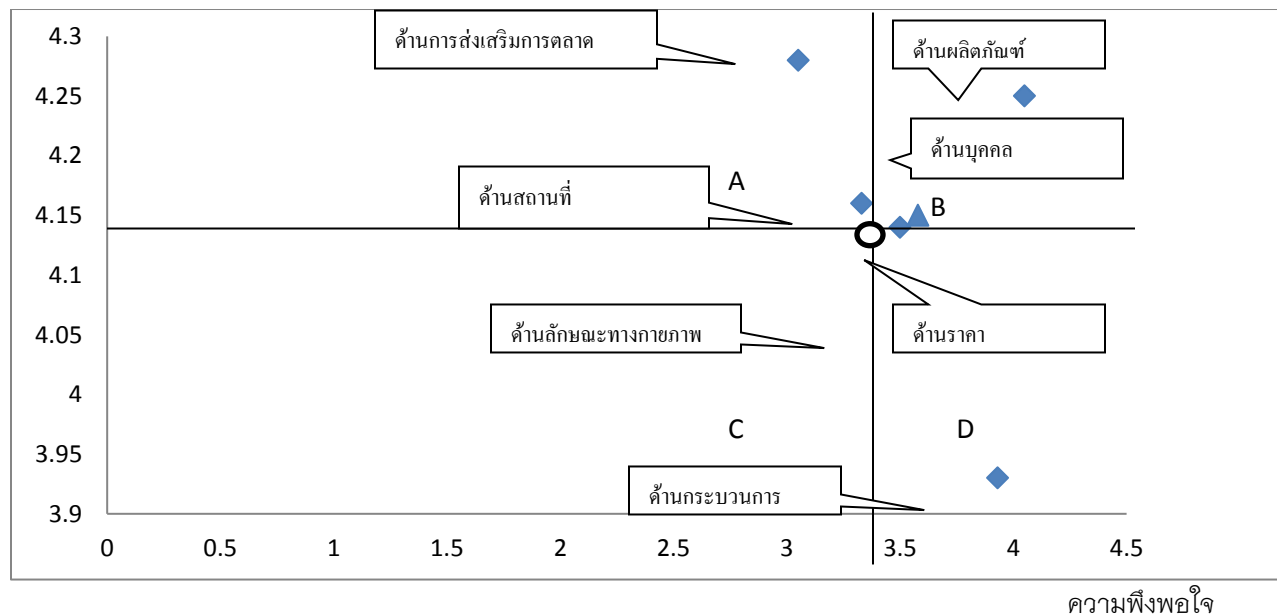
ตารางที่ 2 แสดงสรุป 10 อันดับค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่

| ลำดับที่ | ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|----------|--|---------------------|-----------|-------|
| 1 | ความเหมาะสมของขนาดห้องพักกับผู้พักอาศัย | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.31 | มาก |
| 2 | บริการเคเบิลทีวีภายในห้องพัก | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.25 | มาก |
| 3 | ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้สถานศึกษา | ด้านสถานที่ | 4.21 | มาก |
| 4 | บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.20 | มาก |
| | สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก | | | |
| 5 | ระบบสาธารณูปโภค | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.18 | มาก |
| 6 | พนักงานของหอพักยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเอง | ด้านบุคคล | 4.12 | มาก |
| 7 | ขั้นตอนในการติดต่อสะดวก และรวดเร็ว | ด้านกระบวนการ | 4.09 | มาก |
| 8 | การออกแบบ และความสวยงามของอาคารหอพัก | ด้านลักษณะทางกายภาพ | 4.08 | มาก |
| 9 | ขั้นตอนการชำระเงิน | ด้านกระบวนการ | 4.07 | มาก |
| | มีช่างคอยซ่อมอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักหากมีปัญหา | | | |
| 10 | ระบบจัดการขยะของหอพัก | ด้านกระบวนการ | 4.05 | มาก |
| | มีระบบรักษาความปลอดภัย | | | |

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักฤดูวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ด้วยเทคนิค IPA(Importance-Performance Analysis)

| ส่วนประสมทางการตลาด บริการ | ความสำคัญ | | ความพึงพอใจ | | ผลต่าง | | IPA Quadrants |
|-------------------------------|-----------|-------|-------------|-------|-----------|-------|------------------|
| | ค่าเฉลี่ย | ลำดับ | ค่าเฉลี่ย | ลำดับ | ค่าเฉลี่ย | ลำดับ | |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.25 | 2 | 4.05 | 1 | 0.20 | 6 | B |
| 2. ด้านราคา | 4.14 | 5 | 3.50 | 5 | 0.64 | 3 | C |
| 3. ด้านสถานที่ | 4.16 | 4 | 3.33 | 6 | 0.83 | 2 | A |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.28 | 1 | 3.05 | 7 | 1.23 | 1 | A |
| 5. ด้านบุคคล | 4.20 | 3 | 3.68 | 3 | 0.52 | 5 | B |
| 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ | 4.06 | 6 | 3.52 | 4 | 0.54 | 4 | C |
| 7. ด้านกระบวนการ | 3.93 | 7 | 3.93 | 2 | 0.00 | 7 | D |
| ภาพรวม | 4.15 | | 3.58 | | | | |

ความสำคัญ



ภาพที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักฤดูวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่

จากภาพที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งด้านดังกล่าวมีคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคลอยู่ใน Quadrant B หรืออาจกล่าวได้ว่า ซึ่งควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคาอยู่ใน Quadrant C ซึ่งสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน ด้านกระบวนการอยู่ใน Quadrant D ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็น

การอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ความพึงพอใจ

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสถิติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกหอพักของนักศึกษาระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับบริวารวิภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547) พบว่า นักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากหอพักที่เปิดให้บริการเป็นหอในกำกับของคณะเภสัชศาสตร์ซึ่งมีราคาไม่สูง และอาจจะมีสภาพที่ไม่ทันสมัยแบบหอข้างนอกของเอกชน

2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับบริวารวิภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547) ที่พบว่า นักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาในด้านราคาในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับสถิติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกหอพักของนักศึกษาระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากหอพักเป็นของเอกชนที่มีราคาค่อนข้างสูงทั้งในด้านค่าเช่ารายเดือน และค่าบริการอื่นๆ

3. ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านสถานที่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้สถานศึกษา สอดคล้องกับสถิติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกหอพักของนักศึกษาระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับบริวารวิภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547) ที่พบว่า นักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาในด้านสถานที่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากบริเวณหอพัก และสถานศึกษาอยู่ในบริเวณเดียวกันทำให้การเดินทางสะดวกสบาย และสามารถเดินไปเรียนได้แทนการใช้รถจักรยานยนต์หรือรถยนต์จึงทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องของที่จอดรถ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับบริภา วงศ์บุศย์รัตน์ (2547) ที่พบว่า นักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาในด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกหอพักของนักศึกษาระดับมาก อาจเนื่องมาจากการมีแผนพับโฆษณา และมีการจัดกิจกรรมร่วมกันภายในหอพักจึงทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจมาก ในขณะที่หอพักภูตวันนั้นยังไม่มีแผนพับโฆษณา และไม่มีกิจกรรมร่วมกันกับผู้ใช้บริการ

5. ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกหอพักของนักศึกษาระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับบริภา วงศ์บุศย์รัตน์ (2547) ที่พบว่านักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาในด้านบุคคลในระดับปานกลาง การที่หอพักเป็นหอพักในกำกับผู้ดูแลให้คำปรึกษาจะเป็นอาจารย์ที่ต้องรับผิดชอบในการสอนและการวิจัยเป็นหลัก ซึ่งทำให้ไม่มีเวลาอย่างเต็มที่ในการดูแลนักศึกษา

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกหอพักของนักศึกษาระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการออกแบบ และความสวยงามของอาคารหอพัก แต่ไม่สอดคล้องกับบริภา วงศ์บุศย์รัตน์ (2547) ที่พบว่านักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาในด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากการเป็นหอพักในกำกับจึงทำให้มีบริเวณใช้สอยของหอพักจำกัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัลฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกหอพักของนักศึกษาระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับบริภา วงศ์บุศย์รัตน์ (2547) ที่พบว่านักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาในด้านกระบวนการในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากการเป็นหอพักในกำกับมีงบประมาณที่จำกัดและระบบรักษาความปลอดภัย เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ระบบศัลยกรรมหรือระบบสแกนนิ้วมือยังไม่มี ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยจึงทำให้พึงพอใจในระดับปานกลาง และกระบวนการทำงานต่างๆ ของเจ้าหน้าที่มีความล่าช้าด้วย

ความสำคัญ

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในระดับมากต่ออิทธิพลในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่

2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในระดับมากต่ออิทธิพลในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่

3. ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ มีความสำคัญในระดับมากต่ออิทธิพลในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับปานกลางต่ออิทธิพลในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ อาจเนื่องมาจากผู้บริการส่วนใหญ่ของห้องพักเป็นวัยทำงานมีรายได้ในระดับปานกลางถึงระดับมากจึงให้ความสำคัญในปัจจัยด้านโปรโมชั่นต่างๆน้อยกว่าผู้บริการที่เป็นนักศึกษาซึ่งยังไม่มีรายได้

5. ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคคล มีความสำคัญในระดับมากต่ออิทธิพลในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมากต่ออิทธิพลในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญในระดับมากต่ออิทธิพลในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษานี้ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงส่วนประสมการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการหอพักภูตะวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนข้อมูลของการจำแนกตามเพศจะใช้สำหรับในอนาคตที่ทางหอพักอาจจะต้องการแยกเพศของผู้ใช้บริการ หรือผู้ที่สนใจจะเปิดหอพักที่แยกเพศของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน โดยจะเสนอแนวทางในภาพรวม เนื่องจากในปัจจุบันทางหอพักยังเปิดให้บริการหอพักนักศึกษาทั้งชาย และหญิง ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่ทางหอพักควรต้องแก้ไขเป็นลำดับแรก (Quadrant A)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านโปรโมชั่นของทางหอพัก ปัจจุบันทางหอพักไม่ได้มีโปรโมชั่นพิเศษให้แก่ผู้ใช้บริการเลย และจากการสำรวจจากหอพักอื่นๆ บริเวณใกล้เคียง พบว่า ราคาเช่าจะอยู่ในระดับเดียวกัน แต่จะแตกต่างกันที่ค่าบริการอื่นๆ โดยมีโปรโมชั่น เช่น ให้ใช้บริการเคเบิลทีวีฟรี โดยการจัดทำโปรโมชั่นทางหอพักสามารถออกโปรโมชั่นช่วงปิดเทอมเพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการไม่ย้ายออกในช่วง 2-3 เดือนที่มีการปิดเทอม โดยไม่คิดค่าน้ำ และค่าเคเบิลทีวีแก่ผู้ใช้บริการ (ถึงแม้ว่าจะไม่มีผู้ใช้บริการค่าเคเบิลทีวีก็เป็น fix cost อยู่แล้ว) และเพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ผู้ใช้บริการพักอาศัยนานขึ้น อีกทั้งทางหอพักควรจัดให้มีโปรโมชั่นสำหรับผู้เข้าพักใหม่ ถ้าทำสัญญาเช่า 1 ปี ทางหอพักจะให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรี 1 เดือน เพื่อให้ผู้ใช้บริการยืดระยะเวลาในการพักอาศัย ลดอัตราการย้ายห้องของผู้ใช้บริการ เนื่องจากจากเดิมทางหอพักมีกฎคือ สัญญาในการเช่าคือ 6 เดือน

ปัจจัยย่อยด้านการจัดทำเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์ ในปัจจุบันทางหอพักยังไม่มีช่องทางนี้ ทางหอพักควรจัดทำเว็บไซต์ของหอพักเอง โดยจัดทำรูปแบบให้มีความทันสมัย และเข้าถึงได้ง่าย ตลอดจนใช้เป็นสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และรับข้อมูลร้องทุกข์ หรือการแจ้งซ่อมจากผู้ใช้บริการ โดยรายละเอียดภายในเว็บไซต์จะประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของหอพัก ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ข่าวประกาศที่ต้องการแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบ เวปบอร์ดสำหรับแจ้งซ่อมสิ่งของที่เสียและการแจ้งเกี่ยวกับการทำงานของพนักงานหอพัก เป็นต้น

ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยย่อยด้านถนนผ่านหอพักกว้างขวาง รถสามารถผ่านได้สะดวก เป็นเรื่องที่ยากในการควบคุมปัญหาด้านดังกล่าว แต่ทางหอพักสามารถหาทางแก้ไขเฉพาะหน้าไปก่อน โดยทางหอพักควรมีการให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการถึงเส้นทางมาหอพักซึ่งสามารถมาได้หลายทาง เช่น ใช้เส้นทางถนนสุเทพ ซอย 1, เส้นทางถนนสุเทพ ซอยวัดอุโมงค์ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาคับแค้นของถนนผ่านหอพัก

ในส่วนของที่จอดรถไม่เพียงพอ ปัญหาเกิดมาจากรถจักรยานยนต์ที่มาจากวัดไร่ที่หอส่วนหนึ่งไม่ใช่รถของผู้เช่า (เป็นรถของเพื่อน หรือรถของผู้ที่อาศัยบริเวณใกล้เคียง) จึงทำให้ที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ โดยในทางปฏิบัติทางหอพักไม่สามารถขยายพื้นที่เพื่อสร้างที่จอดรถเพิ่มได้ เนื่องจากบริเวณนั้นมีพื้นที่จำกัด แต่ทางหอพักจะจัดทำสติ๊กเกอร์สำหรับผู้พักอาศัย และจำกัดจำนวนรถของผู้พักอาศัยให้เหมาะสม (1 ห้องได้ 2 คัน) เพื่อป้องกันไม่ให้รถของบุคคลภายนอกมาจอดบริเวณหอพักได้

ในส่วนของบริษัทหอพักกว้างขวางไม่แออัด ทางหอพักควรมีการจัดระเบียบที่จอดรถโดยใช้ที่ว่างข้างหลังตึกทำเป็นที่จอดรถ เพื่อให้บริเวณอื่นของหอพักไม่เกิดความแออัดมากจนเกินไป

2. ปัจจัยย่อยด้านอื่นๆที่อยู่ใน Quadrant A ที่ควรแก้ไขในลำดับต่อไป

ปัจจัยย่อยด้านพนักงานรักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ จากการสอบถามผู้ใช้บริการพบว่าพนักงานรักษาความปลอดภัยแต่งตัวไม่น่าเชื่อถือ และในตอนกลางคืนไม่ค่อยปฏิบัติหน้าที่ ดังนั้นทางหอพักจึงควรจัดหาเครื่องแบบพนักงานรักษาความปลอดภัยมาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ที่มาใช้บริการหอพัก อีกทั้งควรจัดทำ Time sheet ให้ลงเวลาตรวจตราทุกๆ 2 ชั่วโมง โดยรายละเอียดของ Time sheet จะประกอบด้วย ชื่อพนักงานรักษาความปลอดภัย เวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของการทำงาน เวลาออกตรวจความเรียบร้อยของหอพัก (ทุกๆ 2 ชั่วโมง) พร้อมทั้งระบุเหตุการณ์ที่ได้ไปตรวจลงไปด้วย และทางเจ้าของหอพักเองควรมีการตรวจสอบการทำงานในตอนกลางคืนจากกล้องวงจรปิดเพื่อดูพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน และมีกล่องรับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ถ้าพนักงานปฏิบัติหน้าที่ดีก็อาจมีรางวัลพิเศษให้เป็นครั้งคราว

3. ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในด้านสิ่งแวดล้อมในอาคาร ทางหอพักควรปรับปรุงโดยการติดป้ายบอกทางทางหนีไฟไว้ทุกชั้นอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นได้

4. ปัจจัยย่อยด้านค่าประกันความเสียหาย เป็นปัจจัยที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านต้นทุนและการแข่งขัน ทางหอพักควรจัดทำตารางค่าประกันความเสียหายเปรียบเทียบกับหออื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและเห็นข้อแตกต่างอย่างชัดเจน

5. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านด้านการออกแบบ และความสวยงามภายในห้องพัก ทางหอพักจึงควรปรับปรุงสภาพห้องพัก โดยการทาสีห้อง และซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดในทุกๆ ครั้งที่มีการย้ายออก (สัญญาเช่าจะต้องอยู่ขั้นต่ำ 6 เดือน) เพื่อให้ผู้ใช้บริการที่ย้ายเข้ามาใหม่เกิดความรู้สึกพึงพอใจกับห้องพักที่ตนเองย้ายเข้ามาอยู่ ปัจจัยด้านด้านการออกแบบ และความสวยงามของหอพัก ทางหอพักควรมีการปรับปรุงสภาพห้องพักให้ดูใหม่ ไม่ทรุดโทรม โดยการทาสีภายนอกทุกๆ 2 ปี

6. ในอนาคตหากทางหอพักเองหรือผู้ที่สนใจต้องการจะเปิดบริการหอพักสำหรับเพศหญิงโดยเฉพาะควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

เนื่องจากในการเก็บแบบสอบถามพบว่า ผู้ใช้บริการเพศหญิงให้ความสำคัญมาก และพึงพอใจมากในปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยคือค่าเช่ารายเดือน แต่ให้ความสำคัญมาก พึงพอใจน้อยในปัจจัยย่อยด้าน ค่าบริการอื่นๆ นอกเหนือจากค่าเช่ารายเดือน ทางหอพักอาจตั้งราคาเช่าที่สูงขึ้นโดยบวกค่าบริการอื่นๆ ที่ควรจะต้องจ่ายไปในค่าเช่า เช่น จากเดิมค่าเช่าห้องพักธรรมดา 3,500 บาท ทางหอพักอาจจะปรับราคาขึ้นเป็น 3,900 บาท (ซึ่งเป็นราคาที่รวมค่าเคเบิลทีวี และค่าบริการอินเทอร์เน็ตแล้ว) เพื่อดึงดูดใจผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายที่จะต้องจ่ายเพิ่มนอกเหนือจากค่าเช่า จะมีค่าประกัน ค่าน้ำ และค่าไฟเท่านั้น

ในปัจจุบันด้านสิ่งแวดล้อมภายในอาคาร อาจจะติดตั้งกระจกเพื่อไว้ใช้ส่องดูความเรียบร้อยในการแต่งกายของเพศหญิงในทุกชั้นของอาคาร เพิ่มไฟทางเดินเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความปลอดภัยมากขึ้น ปัจจัยด้านความกว้างขวางของถนนในหอพัก อาจเนื่องมาจากเพศหญิงยังมีความสารถในการขับซักรีดไม่เทียบเท่ากับเพศชาย ทางหอพักจึงควรสร้างพื้นที่ถนนให้มีความกว้างขวางสามารถขับซักรีดได้อย่างสะดวก

7. ในอนาคตหากในอนาคตหากทางหอพักเองหรือผู้ที่สนใจต้องการจะเปิดบริการหอพักสำหรับเพศชาย โดยเฉพาะ ในปีจ้จ้ยด้านการออกแบบความสวยงามของอาคารหอพักควรออกแบบรูปแบบ หรือสีสัันให้เหมาะสมกับผู้ชาย โดยอาจใช้สีเข้มในการตกแต่ง ตกแต่งให้เรียบง่ายแต่เน้นความสวยงาม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายในอาคาร ควรมีการติดไฟทางเดิน และป้ายบอกทางในทุกๆ ชั้น ของหอพัก

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2557). สถิติการเพิ่มจำนวนประชากร. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก <http://www.dopa.go.th/index.php/2012-06-16-12-35-04/102-people-service>
- จิตตินันท์ นันทโพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2550). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณัฐพงษ์ นักการีย์. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกหอพักในเทศบาลนคร เชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- เทศบาลตำบลสุเทพ. (2557). จำนวนหอพัก อพาร์เมนต์หรือคอนโดที่จดทะเบียนในเขตตำบลสุเทพ. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก <http://www.suthep.go.th>
- ธิดิภรณ์ อินมุตโต. (2550). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2557). จำนวนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก https://www3.reg.cmu.ac.th/report/student_9.php
- วิภา วงศ์บุศย์รัตน์. (2547). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's: Service Marketing Mix). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- ศูนย์บริการข้อมูลการค้าการลงทุน จังหวัดเชียงใหม่. (2557). รายชื่อสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก http://tisc.feu.ac.th/content.aspx?file_upload_id=1996
- สุรเดช ธนพิทักษ์. เจ้าของกิจการภูตะวันเพลส. (2558, 20 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- อุทัยพรรณ สุตใจ. (2547). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).