

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักลูกกวาด

อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Lukkwad

Dormitory in Amphoe Sansai, Chiang Mai Province

สุทธิณี กัณฐมาลา* และอดิศักดิ์ ธีรานุกพัฒนา**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ภายในระยะเวลา 6 เดือน จำนวน 212 คน จากลูกค้าผู้ใช้บริการหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 5 สาขา ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม รวมถึงการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว จำแนกตามรายได้ และสาขา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-23 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นในภาคเหนือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-10,000 บาท ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ มีระยะเวลาพักอาศัยมากที่สุดมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยย้ายหอพัก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยย้ายหอพัก เคยย้ายจำนวน 1 ครั้งส่วนมากมีสาเหตุที่ย้ายออก คือห้องพักคับแคบ และสาเหตุที่เลือกพักอาศัยที่หอพักลูกกวาด เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ เช่น โต๊ะ ตู้ เตียง โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนการตลาดของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดด้านราคา ในปัจจัยย่อยด้านค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจัยย่อยด้านบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในปัจจัยย่อยด้านบริการฟรีค่าอินเทอร์เน็ต ด้านการจัดจำหน่าย สถานที่ ในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้มหาวิทยาลัย ด้านบุคลากร ในปัจจัยย่อยด้านการบริหารงานของเจ้าของหอพัก ด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการติดต่อเข้าพักสะดวก รวดเร็ว และด้านลักษณะทางกายภาพ ในปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบหอพักเช่น ส่วน ลานจอดรถ มีความสะอาด เรียบร้อย

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนการตลาดของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีความแตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขา

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This study aimed to explore opinions Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Lukkward Dormitory in Amphoe Sansai, Chiang Mai Province. Questionnaires were used as a tool for data collection. The sample was 212 customers who stay at 5 branches of Lukkward Dormitory, Sansai district, Chiang Mai province. The duration of data collection was 6 months. The data was collected by using convenience sampling. The data was analyzed by using descriptive statistics namely frequency, percentage and mean. In addition, the inferential statistics by t-test and One-way ANOVA were also applied in order to find differences between 2 groups based on respondents' income and the place of their stay experience (Dorm branch)

The findings indicated that the majority are females in the age of 20–23 years old, second year students. They are originally from different parts of northern part of Thailand. Their monthly income is ranged between 8,001–10,000 Baht and own motorcycle. The respondents had been living in Lukkward Dormitory in Amphoe Sansai, Chiang Mai Province more than 1 year. Most of the respondents never moved to other dormitories or moved to another place just 1 time. The main reason to move because they thought their room was not big enough. The customers chose to stay at Lukkward Dormitory in Amphoe Sansai, Chiang Mai Province for the following reasons: good facilities such as a desk, a wardrobe, a bed, telephone, and the Internet.

Based on marketing mix survey results focused to define the level of customer satisfaction of Lukkward Dormitory in Amphoe Sansai, Chiang Mai Province, The Price was mentioned as the most satisfying factor out of another 6 characteristics such as product, promotion, place, people, process, and physical evidence. The respondents stated monthly rental fee as the most satisfaction. Subsequent factor were mention in the following order; good internet speed; no internet service charge; convenient location nearby the university campus; well organized management system; easily contact with owner; clean garden area and parking lot availability

The result of comparison differences between mean sample groups of Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Lukkward Dormitory in Amphoe Sansai, Chiang Mai Province revealed that there are differences some sub-factors of Service Marketing Mix in monthly income and the place of their stay experience (Dorm branch)

บทนำ

เนื่องจากสังคมไทยในปัจจุบันมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ตลอดจนการศึกษา ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้คนมากโดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการประกอบวิชาชีพ ในขณะที่เดียวกันที่อยู่อาศัยนับเป็นส่วนหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นของชีวิตมนุษย์ นอกเหนือจากอาหารเครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรคมนุษย์จะแสวงหาที่อยู่อาศัยที่มีความมั่นคงปลอดภัย และเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตมากที่สุด ส่งผลให้ประชากรมีการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น เพื่อศึกษาต่อ

เพื่อความสะดวกรวดสบายและประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำงานหรือสถานที่ศึกษา ปัจจัยเหล่านี้เป็นผลสาเหตุให้ธุรกิจที่พักอาศัยให้เช่าเกิดขึ้นอย่างมากมายทั่วประเทศ

ในยุคสังคมปัจจุบัน ที่อยู่อาศัยของมนุษย์แตกต่างกันไปตาม สภาพสังคม เศรษฐกิจ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม สภาพความเป็นอยู่ ตลอดจนทั้งอิทธิพลของความเจริญด้านเทคโนโลยีต่างๆ สภาพสังคม เศรษฐกิจ ของประเทศที่เปลี่ยนแปลง การก่อสร้างที่อยู่อาศัยด้วยตนเองกระทำไม่ได้สะดวก ธุรกิจหอพักนักศึกษาให้เช่าถือว่ามีกำไรเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ และสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเขตเมืองและชานเมืองที่มีการพัฒนาในด้านการ เจริญเติบโตของอุตสาหกรรม การขยายสาขาสถานศึกษา เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง สำหรับนักศึกษาที่ศึกษาใกล้บ้าน ทำให้ธุรกิจหอพักให้เช่ามีการขยายตัวออกมามากขึ้นไม่จำกัดเฉพาะในเขตเมือง แต่ยังขยายตัวไปตามแหล่งชุมชนตามความหนาแน่นของแต่ละชุมชน สาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการหลั่งไหลของประชากร คือเพื่อมาศึกษาหาความรู้ตามสถาบันต่างๆ

จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคเหนือตอนบน โดยมีสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนตั้งอยู่หลากหลายสถาบัน อาทิ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นต้น โดยประชาชนที่เข้ามาเป็นนักศึกษาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ย่อมมีความต้องการที่พักอาศัยซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่จะเลือกเช่าที่พักอาศัยซึ่งอยู่ทั่วไป (เทศบาลนครเชียงใหม่, 2554)

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นสถาบันการศึกษาที่มีประวัติอันยาวนานและมีชื่อเสียงใน ด้านการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพแห่งหนึ่งของประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการและนักศึกษาทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงให้ความสนใจที่จะเข้ามาศึกษาและส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนในสถาบันแห่งนี้เพิ่มขึ้น มหาวิทยาลัยแม่โจ้มีนักศึกษารวมทั้งหมด 19,222 คน ณ ปัจจุบันแบ่งได้เป็นระดับปริญญาตรี 18,201 คน ระดับปริญญาโท 817 คน ระดับปริญญาเอก 204 คน (สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2558) โดยหอพักนักศึกษาในสังกัดกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ในปีการศึกษา 2558 มีหอพักที่อยู่ในการดูแล จำนวน 10 อาคาร คือ หอพักชาย 4 อาคาร หอพักหญิง 5 อาคาร โดยรองรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ 1 อาคาร เป็นหอพักให้บริการแก่นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาและนักศึกษาต่างชาติ รวมรับนักศึกษาเข้าพักได้ทั้งสิ้น 2,972 คน (กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ , 2556)

จากจำนวนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ดังกล่าว และจำนวนของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ที่ต้องย้ายออกจากหอพักภายในมหาวิทยาลัย ส่งผลให้ธุรกิจหอพักเอกชนได้เติบโตและเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับจำนวนนักศึกษารวมทั้งเจ้าหน้าที่บุคลากรที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี และนักศึกษาภาคปกติชั้นปีที่ 2 ที่ต้องย้ายออกจากหอพักภายในมหาวิทยาลัยออกมาพักอาศัยอยู่ในหอพักเอกชนที่ตั้งอยู่โดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในส่วนของการแข่งขัน ข้อมูลสรุปจำนวนหอพักในเขตเทศบาลเมืองแม่โจ้พบว่า หมู่ที่ 4 หนองหาร มีจำนวนหอพัก 40 หลัง รวมจำนวนทั้งหมด 1,087 ห้อง (เทศบาลเมืองแม่โจ้, 2554) ซึ่งทำให้การแข่งขันมีค่อนข้างสูง หอพักนักศึกษาที่อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงเป็นที่ต้องการ จากแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่มีสูงสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนในเทศบาลเมืองแม่โจ้ มีสภาพเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของการพัฒนาและนโยบายการศึกษาของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่ขยายการเปิดรับนักศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จึงเกิดธุรกิจและภาคบริการต่างๆ ที่มีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักศึกษา โดยเฉพาะธุรกิจหอพักที่เติบโตอย่างรวดเร็ว พร้อมกับบ้านจัดสรรก็เกิดขึ้นตามมาอย่างมากมาย ผู้ประกอบการหอพักมีจำนวนเพิ่มขึ้น เกิดการ

แข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง แย่งส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งมักเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องหาจุดเด่น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องมุ่งเน้นและให้ความสำคัญ ในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพห้องพัก การบริการตั้งแต่การคัดสรร และอบรมบุคลากรให้มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ

ปัจจุบันห้องพักถูกกวาด เป็นห้องพักสูง 4 ชั้น ขนาดห้อง 16– 20 ตารางเมตรมี จำนวน 5 สาขา ประกอบด้วยห้องพักถูกกวาด สาขา 1 จำนวนทั้งหมด 50 ห้อง สาขา 2 จำนวนทั้งหมด 87 ห้อง สาขา 3 จำนวนทั้งหมด 74 ห้อง สาขา 4 จำนวนทั้งหมด 70 ห้อง และสาขา 5 และจำนวนทั้งหมด 25 ห้อง รวมจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 305 ห้อง จำนวนผู้พักอาศัย 400 คน ราคาห้องพัก เริ่มตั้งแต่ 2,200 – 2,400 บาท ตั้งอยู่ที่หมู่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งใกล้สถานศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เมื่อมองโดยรวมแล้วถือว่าเป็นแหล่งชุมชนแห่งหนึ่งที่มีที่พักอาศัยเกิดขึ้นมากมาย โดยลูกค้าผู้พักอาศัยภายในห้องพักถูกกวาดนั้นคือนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่มีภูมิลำเนาอยู่ไกลมหาวิทยาลัย จึงจำเป็นต้องใช้บริการห้องพักเพื่อความสะดวกในการเดินทาง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน และรูปแบบการให้บริการให้มีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ อันเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักถูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขในการวางแผนจัดการ และเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (Payne Adrian, 1993 อ้างถึงใน โสมศิริ นิธิพิพัฒน์โกศล, 2551: 10–14) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกกวาดอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)

2. ขั้นตอนการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา ดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น 2) สร้างแบบสอบถาม 3) เก็บรวบรวมข้อมูล 4) วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลและ 5) จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนของผู้ใช้บริการหอพัก จึงได้กำหนดขนาด ตัวอย่างที่ต้องการ โดยใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน (Yamane, 1973 อ้างถึงใน พิเชิต ฤทธิจิรบุญ, 2544: 140) เนื่องจาก, u หลักการเหมาะสมที่จะใช้ข้อมูลที่เป็น Interval Scale รวมถึงทางผู้วิจัยสามารถกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5%) และขั้นสุดท้ายจะทำการเลือกตัวอย่าง จากแต่ละชั้นภูมิ ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากร ในการจัดเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นลูกค้าหอพักลูกกวาดสาขา 1 จำนวน 30 คน สาขา 2 จำนวน 66 คน สาขา 3 จำนวน 40 คน สาขา 4 จำนวน 46 คน และสาขา 5 จำนวน 30 คน รวมทั้งหมดจำนวน 212 คน

4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยใช้คำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยวัดโดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย Likert Scales 5 ระดับ (กฤษณสิริธรรมย์, 2551) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ test และ ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รายได้ และสาขา

ผลการศึกษา

แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-23 ปี มีส่วนใหญ่มักมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นในภาคเหนือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-10,000 บาท ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ มีระยะเวลาพักอาศัยมากที่สุด มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยย้ายหอพัก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยย้ายหอพัก เคยย้ายจำนวน 1 ครั้ง มีสาเหตุที่ย้ายออก คือห้องพัก

คับแคบ และสาเหตุที่เลือกพักอาศัยที่หอพักลูกกวาด เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ เช่น โต๊ะ ตู้ เตียง โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมการตลาดของหอพักลูกกวาดอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ตามลำดับ และส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมการตลาดของหอพักลูกกวาดอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี จำนวน 7 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของหอพัก ขนาดห้องพักมีความเหมาะสม เฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น มีสภาพดี พร้อมใช้งาน บริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งานของท่าน ความสะอาดตามทางเดิน และบรรยากาศของหอพัก ด้านราคา ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม การเก็บค่าประกัน และมัดจำก่อนเช่ามีความเหมาะสม มีราคาห้องพักหลายระดับราคาให้เลือก มีเตอร์ น้ำ ไฟ คิดค่าใช้จ่ายตามจริง ชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ธนาคาร เงินสด และสามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้ มหาวิทยาลัย ใกล้ตลาด และแหล่งชุมชน บริเวณที่จอดรถของหอพักมีความเพียงพอ ช่องทางในการจองห้องพักมีความเหมาะสม เช่น โทรศัพท์ และติดต่อสอบถามโดยตรงที่หอพัก ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การบริหารงานของเจ้าของหอพัก ทัศนคติของเจ้าของ และพนักงาน พนักงานสามารถให้บริการ และข้อมูลต่างๆได้อย่างถูกต้อง พนักงานให้บริการที่ดี เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน และพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพัก และการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพัก ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การออกแบบและความสวยงามของอาคารหอพัก และการออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพักเป็นสัดส่วนเหมาะสม

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมการตลาดของหอพัก ลูกกวาดอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสาขา

ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 10 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของหอพัก ขนาดห้องพักมีความเหมาะสม เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น มีสภาพดี พร้อมใช้งาน บริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน ความสะอาดตามทางเดิน และบรรยากาศของหอพัก ระบบการรักษาความปลอดภัยของหอพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิดระบบป้องกันอัคคีภัย และทางออกฉุกเฉินของหอพัก และมีช่างบริการซ่อมอุปกรณ์เครื่องใช้ห้องหากมีปัญหา ด้านราคา ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามสาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม การเก็บค่าประกัน และมัดจำก่อนเช่ามีความเหมาะสม มีราคาห้องพักหลายระดับราคาให้เลือก มีเตอร์ น้ำ ไฟ คิดค่าใช้จ่ายตามจริง ชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ธนาคาร เงินสด สามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามสาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้มหาวิทยาลัย ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้ ตลาด และแหล่งชุมชน บริเวณที่จอดรถของหอพักมีความเพียงพอสะดวก และปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง เช่น มีรถประจำทางผ่านช่องทางในการจองห้องพัก มีความเหมาะสม เช่น โทรศัพท์ และติดต่อสอบถามโดยตรงที่หอพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การได้รับส่วนลดค่าเช่าพิเศษ กรณีชำระเงินตรงเวลา บริการฟรีค่าอินเทอร์เน็ต การให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของหอพักให้ข้อมูลครบถ้วน ด้านบุคคลากร ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลากร จำแนกตามสาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การบริหารงานของเจ้าของหอพัก ทัศนคติของเจ้าของ และพนักงาน พนักงานสามารถให้บริการ และข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง พนักงานให้บริการที่ดี เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามสาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ขั้นตอนการชำระเงินสะดวกรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพัก และการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพัก ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารข้อมูลกับทางหอพัก เช่น ทางโทรศัพท์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 ปัจจัย

ย่อย ได้แก่ การออกแบบ และความสวยงามของอาคารหอพัก การออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพัก เป็นสัดส่วน เหมาะสม สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบหอพัก เช่น สวน ลานจอดรถ มีความสะอาด เรียบร้อย

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การอภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำต่อส่วนประสมการตลาดของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัจจัยด้านราคามากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับสุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านปัจจัยด้านบุคคลากร และปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ไม่สอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการหอพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ศึกษาจากลูกค้ำที่ใช้บริการกับหอพัก เซ็นทรัล ฮิลล์เพลส จังหวัดเชียงใหม่ บัจจัยส่วนประสมการตลาดที่นักศึกษามีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ บัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การออกแบบ และความสวยงามของอาคารหอพัก ไม่สอดคล้องกับวรารณ ลีฮวบ (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของผู้เช่าหอพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มากที่สุด ไม่สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้ำในการเลือกหอพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยสาเหตุของความไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากความแตกต่างของสถานที่เก็บข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาซึ่งทำให้ผลการศึกษาเปลี่ยนไป สำหรับรายละเอียดของส่วนประสมการตลาดบริการสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมระดับความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมการตลาดของหอพักลูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ บริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ไม่สอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการหอพัก เซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ด้านบรรยากาศเหมาะสมแก่การพักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.14) และไม่สอดคล้องกับสุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ไม่สอดคล้องกับวรารณ ลีฮวบ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของผู้เช่าหอพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ มีที่จอดรถกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.39) ไม่สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักการีย์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้ำในการเลือกหอพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือความเงียบสงบ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมระดับความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกกวาดอำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านราคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจมากที่สุด คือ ค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.17) ซึ่งสอดคล้องกับสุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคามากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือน (ค่าเฉลี่ย 4.05) สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักรักษ์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคามากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ไม่สอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เป็นลำดับแรก คือ วิธีการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.52) และไม่สอดคล้องกับวรารกรณ์ ลีשוב (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคา มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกกวาดอำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านราคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้มหาวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งสอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.72) ไม่สอดคล้องกับ สุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.31) ไม่สอดคล้องกับวรารกรณ์ ลีשוב (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.24) สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักรักษ์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ห้องพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกกวาดอำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ บริการฟรีค่าอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.03) ซึ่งไม่สอดคล้องกับชิตติภรณ์

อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และข่าวประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ไม่สอดคล้องกับสุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.32) ไม่สอดคล้องกับวราภรณ์ ลิขอบ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ โบโบรชัวร์ แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 3.10) และไม่สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักรักษ์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดที่มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ด้านบุคลากร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักภูกวดอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านบุคลากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การบริหารงานของเจ้าของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งไม่สอดคล้องกับศิริภรณ์ อินมุตโต (2550) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านบุคลากรมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การแต่งกายของพนักงานห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ไม่สอดคล้องกับสุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านบุคลากร มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ระเบียบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ไม่สอดคล้องกับวราภรณ์ ลิขอบ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านบุคลากร มากที่สุดเป็น ลำดับแรก คือ ความเอาใจใส่ของเจ้าของหรือผู้ดูแล (ค่าเฉลี่ย 4.25) และไม่สอดคล้องกับ ณัฐพงษ์ นักรักษ์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านบุคลากรมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำให้คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ด้านกระบวนการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักภูกวดอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านกระบวนการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ขั้นตอนการติดต่อเข้าพักระยะรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) ซึ่งไม่สอดคล้องกับศิริภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านกระบวนการมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การรับฟังปัญหาและข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ไม่สอดคล้องกับสุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้าน

กระบวนการมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ไม่สอดคล้องกับวารกรณ์ ลีฮวบ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านกระบวนการ มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และไม่สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักรักษ์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านกระบวนการมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยสาเหตุของความไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากขั้นตอนกระบวนการและการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการของสถานที่ทำการเก็บข้อมูลมีความแตกต่างกัน ตลอดจนวิธีการดำเนินงานแตกต่างกันซึ่งทำให้ผลการศึกษายกเปลี่ยนไป

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกवादอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านลักษณะทางกายภาพมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบห้องพัก เช่น สวน ลานจอดรถ มีความสะอาด เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ซึ่งไม่สอดคล้องกับชิตติภรณ์ อินมุตโต (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การออกแบบและความสวยงามของอาคารห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.40) ไม่สอดคล้องกับสุชีรา ขยาย (2550) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ไม่สอดคล้องกับวารกรณ์ ลีฮวบ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ อากาศเย็นสบายปลอดโปร่ง ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.44) และไม่สอดคล้องกับณัฐพงษ์ นักรักษ์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยสาเหตุของความไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากการจัดการดูแลสิ่งแวดล้อมภายในบริเวณโดยรอบของห้องพักที่ทำให้การเก็บข้อมูลมีความแตกต่างกัน ซึ่งทำให้ผลการศึกษายกเปลี่ยนไป

ข้อค้นพบ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกवादอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่สามารถอธิบายข้อค้นพบ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 2 และเมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยทั้งหมดมาเรียงลำดับกัน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 4 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน ขนาดห้องพักมีความเหมาะสม เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น มีสภาพดีพร้อมใช้งาน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ระบบป้องกันอัคคีภัย และทางออกฉุกเฉินของห้องพักเมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน ขนาดห้องพักมีความเหมาะสม เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ อยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น มีสภาพดีพร้อมใช้งาน ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของห้องพัก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 8,001-10,000 มีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน ขนาดห้องพักมีความเหมาะสม เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 3 มีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 มีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 3 มีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 3 มีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ด้านราคา ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาเป็นอันดับ 1 และเมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยทั้งหมดมาเรียงลำดับ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 4 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ได้แก่ การเก็บค่าประกัน และมัดจำก่อนเช่ามีความเหมาะสม ค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม มีราคาห้องพักหลายระดับราคาให้เลือกมีเตอร์ น้ำ ไฟ คิดค่าใช้จ่ายตามจริง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ (กรณีฉุกเฉิน)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการเก็บค่าประกัน และมัดจำก่อนเช่ามีความเหมาะสม ค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม มีราคาห้องพักหลายระดับราคาให้เลือกมีเตอร์ น้ำ ไฟ คิดค่าใช้จ่ายตามจริง และสามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 8,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ธนาคาร เงินสด มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามสาขาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 3 มีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งาน เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เสื้อผ้า มีสภาพดีพร้อมใช้งาน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ความเหมาะสม มีราคาห้องพักหลายระดับราคาให้เลือก มีเตอร์น้ำ/ไฟ คิดค่าใช้จ่ายตามจริง กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน สามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 1 มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ธนาคาร เงินสด มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่เป็นอันดับ 4 และเมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยทั้งหมดมาเรียงลำดับพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 4 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้มหาวิทยาลัย ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้ตลาด และแหล่งชุมชน บริเวณที่จอดรถของห้องพักมีความเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย ช่องทางในการจองห้องพักมีความเหมาะสม เช่น โทรศัพท์ และติดต่อสอบถามโดยตรงที่ห้องพัก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทาง เช่น มีรถประจำทางผ่านเมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้ มหาวิทยาลัยทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้ ตลาด และแหล่งชุมชน บริเวณที่จอดรถของห้องพักมีความเพียงพอ ช่องทางในการจองห้องพักมีความเหมาะสม เช่น โทรศัพท์ และติดต่อสอบถามโดยตรงที่ห้องพัก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามสาขาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 1 มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้มหาวิทยาลัย ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้ ตลาด และแหล่งชุมชน ความสะดวกในการเดินทาง เช่น มีรถประจำทางผ่าน ช่องทางในการจองห้องพักมีความเหมาะสม เช่น โทรศัพท์ และติดต่อสอบถามโดยตรงที่ห้องพัก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 2 มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบริเวณที่จอดรถของห้องพักมีความเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับ 3 และเมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยทั้งหมดมาเรียงลำดับ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ บริการฟรีค่าอินเทอร์เน็ต การได้รับส่วนลดค่าเช่าพิเศษ กรณีชำระเงินตรงเวลา การให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของห้องพักให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และข่าวประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนเหมาะสม เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามสาขาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบริการฟรีค่าอินเทอร์เน็ต การได้รับส่วนลดค่าเช่าพิเศษ กรณีชำระเงินตรงเวลา การให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของห้องพักให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ด้านบุคคลากร ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลากรเป็นอันดับ 3 และเมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยทั้งหมดมาเรียงลำดับ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 4 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการบุคลากร ได้แก่ การบริหารงานของเจ้าของหอพัก อัยาศัยของเจ้าของ และพนักงาน พนักงานสามารถให้บริการ และข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง พนักงานให้บริการที่ดี เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยพบว่า พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการบริหารงานของเจ้าของหอพัก อัยาศัยของเจ้าของ และพนักงาน พนักงานสามารถให้บริการ และข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง พนักงานให้บริการที่ดี เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน และพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามสาขาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการบริหารงานของเจ้าของหอพัก อัยาศัยของเจ้าของ และพนักงาน พนักงานสามารถให้บริการ และข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม สาขา 3 มีความพึงพอใจต่อบริการด้านพนักงานให้บริการที่ดี เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ด้านกระบวนการ ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการเป็นอันดับ 6 และเมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยทั้งหมดมาเรียงลำดับ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 4 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ได้แก่ ขั้นตอนการติดต่อเข้าพักสะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนการชำระเงินสะดวก รวดเร็ว และมีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพัก และการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพัก ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารข้อมูลกับทางหอพัก เช่น ทางโทรศัพท์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วในกระบวนการแจ้งทำความสะอาด เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยพบว่า พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้าน มีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพัก และการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพัก ขั้นตอนการติดต่อเข้าพักสะดวก รวดเร็ว ความรวดเร็วในกระบวนการแจ้งซ่อม ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารข้อมูลกับทางหอพัก เช่น ทางโทรศัพท์ ความรวดเร็วในกระบวนการแจ้งทำความสะอาด มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 8,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้านขั้นตอนการชำระเงินสะดวก รวดเร็วมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามสาขาพบว่า พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 3 มีความพึงพอใจต่อบริการด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสารข้อมูลกับทางหอพัก เช่น ทางโทรศัพท์ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สาขาอื่น และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 1 และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 มีความพึงพอใจต่อบริการด้านมีความพึงพอใจต่อบริการด้านขั้นตอนการชำระเงินสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพักและการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพัก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพเป็นอันดับ 7 และเมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยทั้งหมดมาเรียงลำดับพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบห้องพัก เช่น สวน ลานจอดรถ มีความสะอาด เรียบร้อย การออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพักเป็นสัดส่วน เหมาะสม การออกแบบ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณส่วนกลางมีความเหมาะสม เช่น บริเวณทางเดิน อาคารจอดรถ เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยพบว่า พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการออกแบบ และความสะดวกสบายของอาคารห้องพัก และการออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพักเป็นสัดส่วน เหมาะสม มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม จำแนกตามสาขาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 มีความพึงพอใจต่อบริการออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพักเป็นสัดส่วน เหมาะสม การออกแบบ และความสะดวกสบายของอาคารห้องพัก สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบห้องพัก เช่น สวน ลานจอดรถ มีความสะอาด เรียบร้อย มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ พึงพอใจต่อบริการด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ให้บริการธุรกิจห้องพักควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยดังกล่าวเพื่อตอบสนองต่อลูกค้าต่อไป โดยผู้ศึกษาจะได้เสนอแนะแนวทางการวางกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด และกลยุทธ์การตลาด 7 Ps

การแบ่งส่วนตลาด จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า เกณฑ์ประชากรศาสตร์ (Demographic) ที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาดคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ มีอายุระหว่าง 20-23 ปี อาชีพนักศึกษามี การศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นในภาคเหนือ เป็นกลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้ออยู่ในระดับ น้อย-ปานกลาง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-10,000 บาท ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ สาเหตุที่เลือกพักอาศัยที่ หอพักลูกกวาด เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ เช่น โต๊ะ ตู้ เตียง โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เกณฑ์ภูมิศาสตร์ (Geographic) ที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด โดยตำแหน่งที่ตั้งของห้องพักตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งใกล้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 4 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้มหาวิทยาลัยทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้ตลาด และแหล่งชุมชน บริเวณที่จอดรถของห้องพักมีความเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับสิ่งอำนวยความสะดวก และมหาวิทยาลัย รวมทั้งมีการคมนาคมที่สะดวก มีที่จอดรถบริการผู้เข้าพัก

การเลือกตลาดเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นในภาคเหนือ เป็นกลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้ออยู่ในระดับน้อย-ปานกลาง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-10,000 บาท ต้องการเลือกเช่าห้องพักที่เก็บค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี มีการบริหารงานของเจ้าของห้องพักที่ดี ขั้นตอนการติดต่อเข้าพักสะดวก รวดเร็ว และสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบห้องพัก เช่น สวน ลานจอดรถ มีความสะอาด เรียบร้อย

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การวางตำแหน่งของห้องพักถูกกวาด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นห้องพักที่มีคุณภาพระดับปานกลาง สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกมีความสะอาดเรียบร้อย พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก โดยตั้งราคาเช่าเหมาะสม

ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดในปัจจัยย่อยด้านบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความเร็วของอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 1 ให้ความสำคัญกับเรื่องบริการอินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยบริการอินเทอร์เน็ตจะต้องมีความเร็วเพียงพอต่อการใช้งานของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และเลือกใช้บริการห้องพัก

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ระบบป้องกันอัคคีภัย และทางออกฉุกเฉินของห้องพัก ซึ่งผู้ประกอบการควรปรับปรุง และตรวจเช็คระบบป้องกันอัคคีภัย และจัดให้มีทางออกฉุกเฉิน ตลอดจนถึงลูกค้าถึงวิธีใช้งานดับเพลิง และความปลอดภัยเบื้องต้นในกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย

ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุดในปัจจัยย่อยด้านการเก็บค่าประกัน และมัดจำก่อนเช่ามีความเหมาะสม ค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสม มีราคาห้องพักหลายระดับราคา ให้เลือกมีเตอร์น้ำ/ไฟ คิดค่าใช้จ่ายตามจริงตามลำดับ และพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจต่อย่อยด้าน ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอื่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 3 มีความพึงพอใจต่อย่อยด้านค่าเช่ารายเดือนมีความเหมาะสมมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องตั้งราคาแข่งขันกับห้องพักรายอื่น และควรตระหนักถึงการตั้งราคาห้องพักให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการ และคิดค่าใช้จ่ายค่า น้ำ/ไฟ เป็นแบบมิเตอร์ตามจริง ในส่วนของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ (กรณีฉุกเฉิน) ซึ่งการผ่อนชำระค่าเช่า ควรให้ผ่อนชำระแก่ผู้เช่าเป็นบางกรณีเท่านั้น อาจมีการผ่อนชำระได้ในบางราย แต่ผู้ประกอบการควรตรวจสอบให้ดีก่อน หรือกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน

ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่มากที่สุดในปัจจุบันย่อยด้านทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้มหาวิทยาลัยทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้ตลาด และแหล่งชุมชน บริเวณที่จอดรถของหอพักมีความเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย ช่องทางในการจองห้องพักมีความเหมาะสม ตามลำดับ และพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 1 มีความพึงพอใจต่อย่อยด้านทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้มหาวิทยาลัย ทำเลที่ตั้งของหอพักใกล้ ตลาด และแหล่งชุมชน บริเวณที่จอดรถของหอพักมีความเพียงพอ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในระดับอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ต้องการเปิดหอพักใกล้มหาวิทยาลัยจึงควรตระหนักถึงการเลือกทำเลที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัย มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอต่อลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดในปัจจุบันย่อยด้านบริการฟรีค่าอินเทอร์เน็ต การได้รับส่วนลดค่าเช่าพิเศษ กรณีชำระเงินสดเวลา การให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของหอพักให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์ตามลำดับ และพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 ใส่ใจในเรื่องดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการหอพักจึงควรตระหนักถึงเรื่องบริการฟรีค่าอินเทอร์เน็ต สำหรับลูกค้าที่เข้าพักอาศัย โดยนำสื่อออนไลน์เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ต อาจมีการเพิ่มข่าวสาร หรือ Facebook ของหอพักเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า และควรมีส่วนลดในการชำระเงิน โดยอาจมีการลดหากชำระค่าเช่าตรงเวลาหรือชำระเป็นรายปีการศึกษา

ด้านบุคคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลมากที่สุดในปัจจุบันย่อยด้านการบริหารงานของเจ้าของหอพัก ทัศนคติของเจ้าของ และพนักงาน โดยพนักงานสามารถให้บริการ และให้ข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง พนักงานให้บริการที่ดีเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน ฉะนั้น ผู้ประกอบการหอพักจึงควรตระหนักและให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยการจัดให้มีการฝึกอบรมเรื่องการให้บริการ มีการทดสอบและประเมินผลการให้บริการของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการจัดหาพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 ให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากกว่ากลุ่มอื่น ผู้ประกอบการจึงควรตระหนักถึงเรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญเพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาในเรื่องการให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และยังสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างมีมาตรฐาน

ด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการมากที่สุดในปัจจุบันย่อยด้านขั้นตอนการติดต่อเข้าพักสะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนการชำระเงินสะดวก รวดเร็ว และมีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพัก และการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพักตามลำดับ ฉะนั้นผู้ประกอบการควรตระหนัก และให้ความสำคัญต่อความสะดวกในกระบวนการติดต่อห้องพัก ขั้นตอนการชำระเงิน การส่งมอบห้องพัก การคืนเงินประกัน และการแจ้งออก ให้มีความถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว มีการติดต่อผ่านสำนักงาน ทางโทรศัพท์โดยสะดวก ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 3 เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อเรื่องดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนี้ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความรวดเร็วในกระบวนการแจ้งทำความสะอาด

จึงควรปรับปรุงระบบแจ้งทำความสะอาด และเน้นย้ำถึงตารางการทำความสะอาดของพนักงานเพื่อให้ห้องพักมีความสะอาดอยู่เสมอ

ด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบห้องพัก เช่น ลานจอดรถ มีความสะอาด เรียบร้อย การออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพักเป็นสัดส่วนเหมาะสม ตามลำดับ โดยพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 12,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสาขา 4 มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านการออกแบบ และความสวยงามของอาคารห้องพัก การออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพักเป็นสัดส่วน เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอื่น ฉะนั้น ผู้ประกอบการจึงควรตระหนักในเรื่องการออกแบบอาคาร และแบ่งส่วนต่อพื้นที่ภายในห้องเพื่อทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการไม่รู้สึกอึดอัด มีประโยชน์ใช้สอยครบถ้วน นอกจากนี้ควรมีแสงสว่างให้เพียงพอ เนื่องจากปัจจัยย่อยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณส่วนกลางมีความเหมาะสม เช่น บริเวณทางเดิน อาคารจอดรถ

ข้อเสนอแนะในแต่ละสาขา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้องพักถูกกวาดอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสาขามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ห้องพักถูกกวาด สาขา 1 จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น มีสภาพดี พร้อมใช้งาน จึงควรปรับปรุงด้านการตรวจสอบสภาพ และดูแลอุปกรณ์ภายในห้องพักอยู่เสมอ

ด้านราคา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือสามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ (กรณีฉุกเฉิน) ควรปรับปรุงด้านการผ่อนชำระค่าเช่าแก่ลูกค้าในบางกรณีโดยกำหนดวันผ่อนชำระ หากลูกค้าต้องการเลื่อนชำระเงิน

ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือบริเวณที่จอดรถของห้องพักมีความเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย จึงควรปรับปรุงด้านที่จอดรถ เนื่องจากห้องพักตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และร้านค้า ทำให้อาจมีบุคคลภายนอก จอดรถบริเวณหน้าอาคาร ควรมีการติดสติ๊กเกอร์สำหรับผู้พักอาศัย และเข้มงวดเรื่องการตรวจเข้าออกห้องพัก และใช้ที่จอดรถเฉพาะผู้เข้าพักเท่านั้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของห้องพักให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์ จึงควรปรับปรุงด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้มีเนื้อหาที่ครบถ้วน และเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าพัก เช่น จำนวนห้องว่าง ราคาห้องพัก

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงควรมีกระบวนการฝึกอบรมพนักงานประจำสาขาให้ดูแล และรับฟังปัญหาผู้เข้าพัก เพื่อทำการแก้ไขปัญหาลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ

ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความรวดเร็วในกระบวนการแจ้งซ่อม ควรแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการมีระบบแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว เมื่อลูกค้ามีปัญหาควรดำเนินการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านลักษณะกายภาพ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายในห้องพักเป็นสัดส่วน เหมาะสมควรมีการดูแลหรือทาสีภายนอกอาคารเป็นประจำ

หอพักลูกกวาด สาขา 2 จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำอยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน จึงควรตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องพักให้สะอาด พร้อมใช้งาน และตรวจสอบสภาพการชำรุดอยู่เสมอ

ด้านราคา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ (กรณีฉุกเฉิน) จึงควรปรับปรุงด้านการผ่อนชำระค่าเช่าแก่ลูกค้าในบางกรณีโดยกำหนดวันผ่อนชำระ หากลูกค้าต้องการเลื่อนชำระเงินตามกรณีและความเหมาะสมเป็นรายบุคคล

ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทาง เช่น มีรถประจำทางผ่าน ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการหาทำเลตั้งหอพักควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีรถประจำทางผ่าน เป็นเพื่อทางเลือกในการเดินทางสำหรับลูกค้าที่ไม่มียานพาหนะ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การได้รับส่วนลดค่าเช่าพิเศษกรณีชำระเงินตรงเวลา จึงควรให้ส่วนลดแก่ผู้ชำระเงินตรงเวลา เพื่อให้เกิดการแรงจูงใจให้ชำระเงินภายในเวลาที่กำหนด และลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ พนักงานให้บริการที่ดี เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน จึงควรฝึกอบรมเรื่องการให้บริการ พนักงานในแต่ละสาขาเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ มีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพัก และการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพัก ควรมีการตรวจสอบขั้นตอนกระบวนการส่งมอบ คืนเงินประกัน เช่น จัดบันทึกภาพห้องพัก ก่อน และหลังการทำสัญญาเช่าเพื่อใช้ประกอบการตรวจสอบการคืนเงินประกันห้องพักหากทรัพย์สินเสียหาย และเพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาการหักเงินประกันผิดพลาด

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณส่วนกลาง มีความเหมาะสม เช่น บริเวณทางเดิน อาคารจอดรถ ดังนั้นควรเพิ่มความสว่าง และความสว่างบริเวณจุดสำคัญ เช่น ทางเดิน อาคารจอดรถให้สว่างมากขึ้นเพื่อความปลอดภัย และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่พักอาศัย

หอพักลูกกวาด สาขา 3 จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ขนาดห้องพักมีความเหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีขนาดห้องพักหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้านราคา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือสามารถผ่อนชำระค่าเช่าได้ (กรณีลูกเงิน) จึงควรปรับปรุงด้านการผ่อนชำระค่าเช่าแก่ลูกค้าในบางกรณีโดยกำหนดวันผ่อนชำระ หากลูกค้าต้องการเลื่อนชำระเงิน

ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความสะดวกในการเดินทาง เช่น มีรถประจำทางผ่าน ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการหาทำเลตั้งหอพักควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีรถประจำทางผ่าน เป็นเพื่อทางเลือกในการเดินทางสำหรับลูกค้าที่ไม่มียานพาหนะ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือการได้รับส่วนลดค่าเช่าพิเศษ กรณีชำระเงินตรงเวลา จึงควรให้ส่วนลดแก่ผู้ชำระเงินตรงเวลา เพื่อให้เกิดการชักจูงใจให้ชำระเงินภายในเวลาที่กำหนด และลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหา ได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงควรตรวจสอบปัญหา ในแต่ละสาขาอยู่เสมอ โดยควรมีการประชุมเพื่อตรวจสอบปัญหาในการทำงาน และการแจ้งปัญหาจากลูกค้าผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือมีความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบห้องพัก และการบริการแก่ผู้เช่า เช่น การแจ้งออก การคืนเงินประกันห้องพัก ควรมีการตรวจสอบขั้นตอนกระบวนการส่งมอบ คืนเงินประกัน เช่น จัดบันทึกภาพห้องพัก ก่อน และหลังการทำสัญญาเช่าเพื่อใช้ประกอบการตรวจสอบการคืนเงินประกันห้องพักหากทรัพย์สินเสียหาย และเพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาการหักเงินประกันผิดพลาด

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือการออกแบบ ตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ภายใน ห้องพักเป็นสัดส่วน เหมาะสม ดังนั้นควรมีการปรับปรุงการออกแบบห้องพักเพื่อประโยชน์ใช้สอย และมีการตกแต่งภายในห้องพัก เช่นทาสี บำรุงรักษาอยู่เสมอ

หอพักลูกกวาด สาขา 4 จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ระบบป้องกันอัคคีภัย และทางออกฉุกเฉินของหอพัก และมีช่างบริการซ่อมอุปกรณ์เครื่องใช้ห้องพักมีปัญหา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรตรวจเช็คระบบป้องกันอัคคีภัย และทางออกฉุกเฉิน ควรมีบริการช่างซ่อมบำรุงอย่างเพียงพอ เพื่อการบริการอย่างรวดเร็วเมื่อมีการแจ้งปัญหาซ่อมบำรุง

ด้านราคา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ธนาคาร เงินสด จึงควรปรับปรุงด้านการชำระค่าเช่าแก่ลูกค้าโดยเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านธนาคาร

ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความสะดวกในการเดินทาง เช่น มีรถประจำทางผ่าน ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการหาทำเลตั้งหอพักควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีรถประจำทางผ่าน เป็นเพื่อทางเลือกในการเดินทางสำหรับลูกค้าที่ไม่มียานพาหนะ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และข่าวประชาสัมพันธ์มีความ ชัดเจนเหมาะสม ควรมีการเพิ่มประกาศประชาสัมพันธ์ในรูปแบบติดประกาศ บริเวณอาคาร เพิ่มเติมจากข้อมูลประกาศทางสื่อออนไลน์ของหอพัก

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงควรตรวจสอบปัญหา ในแต่ละสาขาอยู่เสมอ หรือควรมีการประชุมเพื่อตรวจสอบปัญหาในการทำงาน และการแจ้งปัญหาจากลูกค้าผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความรวดเร็วในกระบวนการแจ้งซ่อม ควรมีการตรวจติดตามกระบวนการแจ้งซ่อมให้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความสว่างของไฟฟ้าบริเวณส่วนกลาง มีความเหมาะสม เช่น บริเวณทางเดิน อาคารจอดรถ ดังนั้นควรเพิ่มความสว่าง และความสว่างบริเวณจุดสำคัญ

หอพักลูกกวาด สาขา 5 จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ระบบป้องกันอัคคีภัย และทางออกฉุกเฉินของหอพัก และ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรตรวจเช็คระบบป้องกันอัคคีภัย และทางออกฉุกเฉินให้อยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน

ด้านราคา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ธนาคาร เงินสด จึงควรปรับปรุงด้านการชำระค่าเช่าแก่ลูกค้าโดยเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านธนาคาร

ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความสะดวกในการเดินทาง เช่น มีรถประจำทางผ่าน ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการหาทำเลตั้งหอพักควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีรถประจำทางผ่าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือการให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของหอพักให้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากสาขา 5 ไม่มีการให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของหอพัก

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือพนักงานให้บริการที่ดี เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน ควรมีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละสาขาเพื่อเพิ่มมาตรฐานการบริการ

ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความรวดเร็วในกระบวนการแจ้งซ่อม ควรมีการตรวจติดตามกระบวนการแจ้งซ่อมให้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความสว่างของไฟฟ้าบริเวณส่วนกลาง มีความเหมาะสม เช่น บริเวณทางเดิน อาคารจอดรถ ดังนั้นควรเพิ่มความสว่าง และความสว่างบริเวณจุดสำคัญ

บรรณานุกรม

กฤษณา รัตนพฤกษ์. (2545). *การตลาดบริการ*. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จักรี แข็งธัญกิจ. (2550). *การตัดสินใจเลือกที่พัก: กรณีศึกษาพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ*.

(การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- ณัฐพงษ์ นักรการีย์. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- เทศบาลตำบลแม่ใจ. (2554). *สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน*. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2558, จาก <http://maejocity.go.th/about.php?id=1&pid=15>
- ธิดิภรณ์ อินมุตโต. (2550). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เฟลส จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- พิชิต ฤกษ์จรูญ. (2544). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏพระนคร.
- วรการณ ลีשוב . (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้เช่าห้องพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่ใจ จังหวัดเชียงใหม่*. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ใจ).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และวุฒิตักดี พิศสุวรรณ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- ศูนย์บริการข้อมูลการค้าการลงทุน จังหวัดเชียงใหม่. (2557). *รายชื่อสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก <http://tis-c.blogspot.com>
- สุชีรา ขยาย. (2550). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ใจ จังหวัดเชียงใหม่*. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ใจ).