

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
Factors influencing the selection of a private residence for students of Mae Fah Luang University

ธนัชพร เลิศเดชเดชา

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการหอพักเอกชน โดยใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ในบริเวณมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย จัดอันดับในการเลือกจากพฤติกรรมผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า

1. ประชากรที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 148 คน เพศหญิงจำนวน 252 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 96.8% สถานภาพโสด ร้อยละ 100% อีกทั้งส่วนใหญ่ยังมีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 83%
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง พบว่าปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในการเลือก คือ ความปลอดภัย พื้นที่ใช้สอยภายใน และใกล้สถานศึกษา อีกทั้งยังสำรวจพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักศึกษาต้องการคือ อุปกรณ์ภายในครบครัน อินเทอร์เน็ตภายใน และที่จอดรถ
3. ปัจจัยการตัดสินใจในด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ (ห้องพัก) ปัจจัยแวดล้อม(สภาพแวดล้อมภายใน-ภายนอก)

จากการศึกษาพบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับด้านปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมโดยรอบ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องและสนใจในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจหอพักนักศึกษาเอกชนต้องให้ความสำคัญจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจึงจะพึงพอใจ เพราะนักศึกษาทุกและผู้ประกอบการต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีในการพักอาศัย

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิต, ความพึงพอใจ, หอพัก, นักศึกษา

Abstract

This research aims to explore the behavior of consumers to select the service private residences by using demographic factors, consumer behavior and the theory of marketing mix. The 400 sets of questionnaires were used to collect data in the Mae Fah Luang University. Also, the statistics used in this analysis is the standard deviation of the average ranking in the selection of consumer behavior. The results showed that

1. The 400 respondents were 148 male and 252 female. Also, the majority of undergraduate education is 96.8%. The survey also found that the total respondents are single or 100%. And, the 83% of most respondents who have monthly income between 5,001-10,000 baht.

2. Behavioral factors for the selection of Mae Fah Luang students in private residences show that the security, room space and location are the most important factors that students concern. In addition, the survey found that facilities that students need are full internet service and parking.

3. The deciding factor in the marketing mix found that students focus on product (room) and internal and external environment.

The study found that students importantly concern on location, room, facilities. and the surrounding environment. Therefore, people who are involved and interested in investing about student's residence business have to focus on all above mention so that the students will be satisfies since both students and their parents needs better quality of life for residents.

Keywords: Quality of life, Complacency, Dormitory, Student

บทนำ

ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก ความสวยงาม และราคา เป็นส่วนใหญในการเลือกห้องพักเพื่อพักอาศัยชั่วคราว ซึ่งส่วนใหญ่เน้นแล้วห้องพักแต่ละหอที่พบเห็นในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก แต่ก็ยังไม่เป็นที่พอใจกับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่เมื่อเข้าไปพักที่ห้องพักแห่งใดแห่งหนึ่งนั้น จะมีการย้ายที่พักอยู่เรื่อยๆ ซึ่งสาเหตุเป็นมาจากหลายปัจจัย เช่น เจ้าของหอ พนักงาน อินเทอร์เน็ต ราคา หอเก่าบ้าง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการพิจารณาตนเอง การกระตุ้น ปรับตัว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนี้จากการสังเกตหอพักนักศึกษาทั่วไปในปัจจุบันและสอบถามจากผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาพบว่า ตลาดของหอพักนั้นมีการปรับเปลี่ยนรูปร่างอาคารไปตามสมัยนิยม โดยใช้เครื่องมือการออกแบบผ่านโปรแกรมต่างๆ ที่เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้า และทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการสร้างได้อย่างมีแบบแผน ตรงตามแบบที่สร้างไว้ อีกทั้งระบบความปลอดภัยของหอพักใหม่ๆ ก็มีความรัดกุมมากยิ่งขึ้น เช่นระบบสแกนลายนิ้วมือก่อนเข้าหอ กล้องวงจรปิด เป็นต้น ซึ่งสิ่งนี้ก็เป็นการทำให้อุบัติการณ์นั้นเกิดความสนใจ และตอบรับต่อการเข้าใช้บริการได้ดีมากยิ่งขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยที่สำคัญในเรื่องของห้องพักได้แก่ ระบบอินเทอร์เน็ตที่มีไว้ให้บริการกับผู้บริโภคนั้น เป็นปัจจัยสำคัญอีกตัวหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคพักอาศัยได้ยาวนานมากขึ้น และยอมจ่ายเงินกับความสะอาด รวดเร็ว ในการเข้าถึงโลกอินเทอร์เน็ต เพราะในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตนั้นสำคัญในการใช้ชีวิตเป็นอย่างมาก ตั้งแต่การหาข้อมูล การติดต่อสื่อสาร การซื้อสินค้าออนไลน์ ระบบการแลกเปลี่ยนเงินผ่านออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้นอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสำคัญ ซึ่งจะต้องมีความเร็วสูง ไม่สะดุดในระหว่างการใช้งาน

ทั้งหมดนี้ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้หอพักให้ชัดเจน เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และตอบสนองต่อผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งผลจากการวิจัยนี้ก็ทำให้เข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำไปต่อยอดและวางกลยุทธ์ต่างๆ ในสภาวะการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมเดียวกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเช่าหอพักเอกชน
2. สสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการหอพักเอกชนที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเช่าหอพักเอกชน
3. เพื่อนำมาเป็นกลยุทธ์ในด้านการใช้สร้างหอพักเอกชน

วิธีการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพักเอกชนของผู้บริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลในการค้นคว้า

- **ข้อมูลทุติยภูมิ** ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการศึกษาในอดีต และกรอบทฤษฎีต่างๆ ที่นำมาใช้อ้างอิงในการศึกษาผลงานวิจัย และตำราทางวิชาการเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- **ข้อมูลปฐมภูมิ** ได้แก่ ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Respond Questionnaire) และนำข้อมูลจากแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงและผู้คนในบริเวณมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวความคิดของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ยอมรับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ซึ่งได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ตัวอย่างเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้การสุ่มจากผู้คนในบริเวณนั้นโดยสุ่มส่วนใหญ่แล้วนั้นเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษารุ่นนี้ คือ การใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับภูมิหลัง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการหอพักเอกชน เป็นพฤติกรรมในการเช่าหอพักบริการ ซึ่งมีการจัดลำดับพฤติกรรมการเลือกหอพัก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ซึ่งเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) (1 = สำคัญน้อยที่สุด และ 5 = สำคัญมากที่สุด) แบบสอบถามถูกตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษ จำนวน 2 ท่านเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาและความครอบคลุมของคำถาม (Content Validity) จากนั้น แบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วถูกแจกให้กลุ่มตัวอย่าง (Tryout) จำนวน 50 ชุด แล้วนำไปหาค่า Cronbach's Alpha Coefficient (Reliability Analysis) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามมากกว่า 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงทะเบียนแล้วนำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายค่าของข้อมูล และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและคำนวณค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยจำแนกตามภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชายทั้งสิ้น 148 คน เป็นเพศหญิงทั้งสิ้น 252 คน ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี (78.75%) และกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (96.8%) สถานภาพโสด (100%) และอาชีพนักศึกษา (97.8%) อีกทั้งส่วนใหญ่นั้นยังมีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท (83%)

ตารางที่ 1 เหตุผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักเอกชนที่กลุ่มสำรวจเลือกสูงสุด 3 อันดับ จาก 9 ตัวเลือก

อันดับ	เหตุผล	ความถี่	จากจำนวน
1	ความปลอดภัย	220 (55%)	400 (100%)
2	พื้นที่ใช้สอยภายใน	145 (36.25%)	400 (100%)
3	ใกล้สถานศึกษา	132 (33%)	400 (100%)

ตารางที่ 2 สิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวัง 3 อันดับ จาก 12 ตัวเลือก

อันดับ	เหตุผล	ความถี่	จากจำนวน
1	อุปกรณ์ภายในห้องพักครบครัน	173 (43.25%)	400 (100%)
2	อินเทอร์เน็ตภายในห้อง	127 (31.75%)	400 (100%)
3	ที่จอดรถ	112 (28%)	400 (100%)

จากผลวิจัยในด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหอพักนั้น จากตารางที่ 1 ผลสำรวจส่วนใหญ่แล้วให้เหตุผลที่ผู้ใช้บริการเลือกหอพัก ได้แก่ ความปลอดภัย (220 จาก 400 คน เท่ากับ 55%) พื้นที่ใช้สอย (145 จาก 400 คน เท่ากับ 36.25%) และใกล้สถานศึกษา (132 จาก 400 คน เท่ากับ 33%) ตามลำดับ ทำให้ทราบว่าผู้เลือกใช้บริการหอพักส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแก่ความปลอดภัยของตนเองเป็นหลักเป็นหลัก รองลงมาคือจะมองถึงพื้นที่ใช้สอยที่มี และสุดท้ายคือใกล้สถานที่ศึกษา ซึ่งหากผู้ประกอบการนั้นมีครบทั้ง 3 อย่างก็จะทำกิจการประสบความสำเร็จได้มากขึ้นและอยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการเป็นอันดับต้นๆ

จากตารางที่ 2 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุด 3 อย่างได้แก่ อุปกรณ์ภายในห้องครบครัน (173 จาก 400 คน เท่ากับ 43.25%) อินเทอร์เน็ตภายในห้อง (127 จาก 400 คน เท่ากับ 31.75%) และ ที่จอดรถ (112 จาก 400 คน เท่ากับ 28%) ตามลำดับ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกหรือเรียกว่าสวัสดิการต่างๆที่ได้รับจากการใช้บริการหอพักเอกชนนั้น ความต้องการอุปกรณ์ภายในห้องครบครันในที่นี่จะหมายถึงเครื่องทำน้ำอุ่น ทีวี เคเบิลทีวี ตู้เย็น เฟอร์นิเจอร์ มุ้งลวด ผ้าม่าน เป็นต้น ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องการอย่างยิ่ง รองมาคือ อินเทอร์เน็ตภายในห้อง เพราะนักเรียนนั้นมีความจำเป็นอย่างมากในการค้นคว้าหาความรู้ หรือผ่อนคลายกับการใช้อินเทอร์เน็ตยิ่งหอพักไหนที่มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยิ่งได้เปรียบ เพราะจะเป็นตัวเลือกที่นักศึกษาจะมองเป็นอันดับต้นๆ และลำดับที่ 3 คือ ที่จอดรถโดยส่วนมากเป็นนักศึกษาจากต่างถิ่นมาศึกษาและเช่าอาศัยหอพักเป็นจำนวนมากทำให้นักศึกษาจำนวนมากมีพาหนะเป็นของตนเอง เพื่อไว้ใช้ในการเดินทางให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ฉะนั้นหอพักที่ผู้ใช้บริการนั้นให้ความสนใจส่วนใหญ่จะเป็นหอพักที่มีที่จอดรถที่สามารถจอดรถได้เป็นสำคัญ

ตารางที่ 3: ผลการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยรวม	ตัวแปรย่อย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ (หอพัก)	ขนาดห้องพัก	0.945	4.45	0.713
	ความสะอาด		4.46	0.765
	สิ่งอำนวยความสะดวก		4.45	0.751
	การตกแต่ง		4.38	0.786
ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพชีวิต	0.754	4.05	0.759
	มีการมอบส่วนลดพิเศษ		3.76	0.799
ช่องทางการจัดจำหน่าย /ทำเลที่ตั้ง	การจองผ่านช่องทางต่างๆ	0.895	3.65	0.834
	ความสะดวกในการเดินทาง		4.26	0.693
	ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง		4.30	0.697
	สถานที่ตั้งใกล้ชุมชน		4.30	0.716
การส่งเสริมการขาย	สถานที่ตั้งใกล้สถานศึกษา	0.832	4.35	0.696
	การโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต		3.52	0.861
	การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์		3.49	0.887
	การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่		3.84	0.674

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยร่วม	ตัวแปรย่อย	ค่าสัมประสิทธิ์		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		แอลฟาของคرونบาค	ค่าเฉลี่ย	
บุคลากร	ความพร้อมของพนักงานต้อนรับ	0.923	3.98	0.684
	ความสุภาพของพนักงาน		4.15	0.718
	พนักงานมีใจรักในการบริการ		4.15	0.710
	มารยาทในการบริการ		4.15	0.711
ดัชนีกายภาพ	สภาพแวดล้อมภายในห้องพัก	0.927	4.42	0.631
	สภาพแวดล้อมภายในอาคาร		4.41	0.650
	สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร		4.42	0.681
	เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย		4.42	0.647
	รูปแบบในการออกแบบอาคาร		4.37	0.699
	สวัสดิการต่างๆที่ห้องพักมีให้		4.01	0.754
กระบวนการทำงาน	ความเร็วในการทำงาน	0.885	4.20	0.777
	ความสะดวกในขั้นตอนการรับบริการ		4.27	0.779
	ระบบรักษาความปลอดภัย		4.28	0.752
	กฎระเบียบของห้องพักเอกชน		3.79	0.890

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักนั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(ห้องพัก) ได้แก่ ความสะดวกมากที่สุด (4.46) รองลงมาได้แก่ ขนาดของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก (4.45) และปัจจัยด้านดัชนีกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในห้องพัก สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร และเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย (4.42) ทำให้เห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นว่าผู้ที่เลือกใช้บริการห้องพักเอกชนนั้นจะดูจาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านดัชนีกายภาพเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับที่ผู้ประกอบการต้องสร้าง ให้บรรยากาศทั้งภายในและภายนอกของห้องพักนั้นให้ดูน่าพักอาศัย และเมื่อพิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วพบว่าค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานใน 3 อันดับแรกนั้นมีค่าที่ต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความแตกต่างระหว่างข้อมูล นั้นมีการกระจายตัวที่น้อยซึ่งทำให้หมายถึงว่าค่าของข้อมูลนั้นมีความเชื่อถือได้มากขึ้น

การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักเอกชน

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) การวิเคราะห์ส่วนนี้จะให้ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ด้านปัจจัยทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านดัชนีกายภาพ ด้านกระบวนการทำงาน) ส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การเลือกใช้บริการห้องพักเอกชน

ตารางที่ 4: ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของความสำเร็จของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P)และการเลือกใช้
บริการห้องพักเอกชน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
Regression	7	127.449	18.207	115.598	0.000 ^a
Residual	392	61.741	0.158		
รวม	399	189.190			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกห้องพัก พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) เป็นเชิงเส้นตรงกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักเอกชน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Tolerance ไม่น้อยกว่า 0.10 ส่วนค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าไม่เกิน 10 สามารถสรุปได้ว่า ไม่เกิดตัวแปรลักษณะ Multicollinearity จึงคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ ค่าน้ำหนักความสำคัญ ของตัวพยากรณ์ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5: ผลการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		SC β	Collinearity Statistics			
	B	Std. Error (S _b)		ค่า t	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)	-.002	.169	-.013	.989			
Product	-.020	.048	-.020	-.418	.676	.358	2.792
Price	.128	.043	.124	2.949	.003	.473	2.113
Place	-.020	.047	-.018	-.433	.665	.477	2.097
Promotion	.070	.036	.072	2.052	.041	.680	1.470
People	.766	.047	.707	16.278	.000	.441	2.268
Physical	.147	.055	.125	2.688	.007	.393	2.547
Process	-.076	.046	-.077	-1.645	.101	.384	2.603

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, R= 0.821, R²= 0.674

จากตารางสรุปได้ว่า ปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ด้านราคา (Price) เท่ากับ และด้านบุคลากร (People) และด้านดัชนีกายภาพ (Physical) ดังนั้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ด้านนี้มีผลต่อการเลือกตัดสินใจ เลือกห้องพักเอกชน ปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักเอกชนมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (β)

= 0.707) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านดัชนีกายภาพ ($\beta = 0.125$) และปัจจัยด้านราคา ($\beta = 0.124$) โดยที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักเอกชนได้ ร้อยละ 67 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษา

อภิปรายจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าเกณฑ์การตัดสินใจในการเลือกห้องพักเอกชนนั้นทั้งปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกห้องพัก พบว่าผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจเลือกรับบริการห้องพัก ตามเกณฑ์ด้านบุคลากร ด้านดัชนีกายภาพ และ ด้านราคา โดยเฉพาะความปลอดภัย พื้นที่ใช้สอย ใกล้สถานศึกษา อีกทั้งยังมี อุปกรณ์ในห้องครบครัน อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และที่จอดรถ ซึ่งสามารถตอบโจทย์ให้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มขวัญ เอี่ยมอ่อน ที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านกายภาพเป็นสิ่งที่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญ นอกเหนือจากนี้ ความเป็นมิตรที่พนักงานและเจ้าของกิจการที่มีต่อลูกค้า ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญในการบริการ โดยสามารถสะท้อนต่อผู้บริโภคได้ว่าห้องพักมีคุณภาพที่ดีและก่อให้เกิดทัศนคติในเชิงบวกต่อห้องพัก ซึ่งทางผู้ประกอบการก็จะต้องวางกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุด และตอบโจทย์ความต้องการที่ได้จากผลการวิจัยให้ผู้บริโภคมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยคือ ผู้ประกอบการจะต้องวางกลยุทธ์ทางการตลาด ทางด้านกายภาพ (Physical) เพื่อตอบโจทย์แก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เช่น การอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถให้มีพอเพียง และการให้บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด โดยให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อสะท้อนให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปอาจจะศึกษาถึงความพึงพอใจ และความคาดหวัง ในการเลือกห้องพัก ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการบริการ ได้เช่นกัน นอกจากนี้ ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). *ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วันชัย ก้อยชูสกุล. (2557). *เจ้าของห้องพักธนาชัย อพาร์ทเมนต์ จ.เชียงราย*. สัมภาษณ์, 17 เมษายน.
- ศิริรัตน์ ต้นปีชาติ. (2555). *เจ้าของห้องพักหอพักสกายไลน์ จ.เชียงราย*. สัมภาษณ์, 17 เมษายน.
- มขวัญ เอี่ยมอ่อน. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกห้องพักเอกชนของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. การวิจัยของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีรวัฒน์ เลิศประสิทธิ์ธนา. มุมมองทางการตลาด. สืบค้นจาก <http://golfweerawat.blogspot.com/2013/04/7ps-vs-7cs.html>.

