

ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพัก
ในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี

Marketing Mix in view of the tenants of an Apartment in the Muang
municipality of Lopburi province

หนูเวียง สิงห์สูง¹, กุลชลี พวงเพชร², โสพิศ คำนวนชัย³
Nuwiang Singsung¹, Kunchali Phuangphet², Sopit Kamnuanchai³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและเปรียบเทียบตามทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าหอพัก และระยะเวลาการเช่าหอพัก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำนวน 270 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยเมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติจะเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ซึ่งใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ่ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับและผลเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าหอพัก และระยะเวลาการเช่าหอพัก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, ทัศนะของผู้เช่าหอพัก

¹ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

² รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ที่ปรึกษา ร่วม สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

³ ดร. อาจารย์ที่ปรึกษา ร่วม สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ABSTRACT

This research aimed to study the marketing mix and to compare in view of tenant an apartment in the Muang municipality of Lopburi province divided by the gender, age, education, occupation, income per month, apartment rental prices, and rental periods. The sample used in this study was the 270 tenants of the apartment in the Muang municipality of Lopburi province by using Yamane sampling. The research instrument was a questionnaire with the reliability at 0.89 and was analyzed by the terms of percentage mean, standard deviation, t-test and one-way ANOVA and compared statistically by using the pair, T-test method of Scheffe. The results were found that the marketing mix In view of tenant of an apartment in the Muang municipality of Lopburi province was totally at average level, and could be arranged from the least level to more as; the part of selling, product, physical environment, the part of service process was arranged at more level and the part of officer , the marketing promotion and the part of price was arranged at middle level respectively. And the result of the comparison of the marketing mix according to the tenant of an apartment in the Muang municipality of Lopburi province divided by gender, age, education, occupation, income per month, rental prices, and rental periods was totally different.

Keywords: Marketing mix , the tenant View

บทนำ

ที่อยู่อาศัยถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการดำรงชีพของมนุษย์ เพราะชีวิตของมนุษย์ส่วนใหญ่ เวลาสองในสามของแต่ละวัน มักจะใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านพักอาศัย ทั้งการพักผ่อนหลับนอน และการทำกิจกรรมต่างๆ ภายในครอบครัว ส่วนเวลาที่เหลือเป็นเวลาของการทำงานหรือทำกิจกรรมในสถานที่อื่นๆ ดังนั้น จึงนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะขาดเสียมิได้ เพราะเป็นสถานที่ที่มีประโยชน์ในการป้องกันความร้อน ความหนาว แดด ลม ฝน ตลอดจน ป้องกันสัตว์และแมลงมารบกวน แต่การมีบ้านพักอาศัยนั้น จำต้องคำนึงถึงคุณภาพในหลายๆ ด้าน ให้มีสภาพที่เหมาะสมต่อการพักอาศัยด้วย คือ จะต้องเป็นบ้านที่ถูกสุขลักษณะ (วิระพงษ์ หาญรินทร์, 2552)

สภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป เนื่องด้วยข้อจำกัดในเรื่องของเวลาความไม่สะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัยด้วยตนเอง ตลอดจนราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้น จึงได้เกิดธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยขึ้น โดยจะกล่าวถึงธุรกิจที่อยู่อาศัยอีกประเภทหนึ่งเรียกว่า หอพักในสมัยก่อนหอพักจะมีเฉพาะภายในโรงเรียน วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นแหล่งพักพิงของนักเรียนนักศึกษาที่มาจากต่างจังหวัด และมีครูอาจารย์เป็นผู้ดูแลความเรียบร้อยตามระเบียบหอพัก ต่อมาบ้านเมืองเจริญขึ้นจำนวนประชากรมากขึ้น นักเรียนนักศึกษาก็มากขึ้นตามลำดับ ดังนั้นหอพักของแต่ละสถาบันการศึกษาจึงมีไม่เพียงพอ ด้วยเหตุนี้หอพักเอกชนจึงเกิดขึ้น หอพักนับเป็นสถานที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการศึกษาของเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา โดยมีส่วนช่วยในการส่งเสริมและสนับสนุนให้

นิสิต นักศึกษาเป็นคนดี มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบ ตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507 ได้กำหนดไว้ว่า สถานที่ใดก็ตามที่รับนักเรียนนักศึกษาตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป เข้าพักอาศัยโดยจ่ายทรัพย์สินเป็นค่าตอบแทน ถือว่า เข้าข่ายเป็นหอพักตาม พระราชบัญญัติ หอพัก พ.ศ. 2507 โดยผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการจดทะเบียนหอพักแยกประเภทชาย-หญิง ให้ชัดเจน โดย สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็กเยาวชน ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ (สท.) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้จัดทำ “มาตรฐานหอพักเอกชนสำหรับนักเรียน นักศึกษา” ขึ้นเพื่อใช้เป็นมาตรฐานกลาง สำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการหอพักให้กับผู้ประกอบการหอพักเอกชน (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2555)

การเจริญเติบโตของธุรกิจ ส่งผลต่อการขยายงานขององค์กรต่างๆ และสถาบันการศึกษาต่างๆ ได้พัฒนาและผลิตบุคลากรเพื่อป้อนตลาดแรงงาน กระบวนการดังกล่าวเป็นวงจรของกระบวนการทำงานในปัจจุบัน โดยนับตั้งแต่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการศึกษา ตั้งแต่ปลายปี 2542 ส่งผลให้ธุรกิจหอพักได้เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักเรียนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ประสบกับปัญหาการแข่งขันเกิดขึ้นและทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะไม่ว่าจะเป็น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะต้องแข่งขันในสภาพการณ์ที่สลับซับซ้อนมีแต่ความไม่แน่นอนและไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า ซึ่งส่งผลทำให้ธุรกิจหอพักต้องมีแผนในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เพราะเนื่องจากผู้เช่ามีทางเลือกที่หลากหลาย ในการเข้าพักหอใดหอหนึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้เช่า บรรดาเจ้าของธุรกิจต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่คอยดึงดูดให้ผู้เช่าเลือกที่จะเข้าพัก ซึ่งกลยุทธ์แต่ละหอก็จะต้องแตกต่างกัน เช่น ราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ระบบรักษาความปลอดภัยฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าพักและเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพหอพักเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า ถือเป็น การได้เปรียบทางด้านคู่แข่งอีกทางหนึ่ง รวมไปถึงรักษาการให้บริการหอพักที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตและเงื่อนไขการแข่งขันใหม่ๆ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ธุรกิจหอพักที่จะอยู่รอดในโลกปัจจุบันต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ตลอดเวลา (วรัญญา อภิรักษ์กานต์, 2556)

จะเห็นได้ว่าการทำธุรกิจอาคารหอพัก หอพักเป็นธุรกิจหนึ่งที่นักลงทุนในท้องถิ่นให้ความสนใจและต้องการลงทุนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองและรองรับอัตราการขยายตัวของประชากรที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการลงทุนทำการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่อย่างต่อเนื่อง แต่ธุรกิจหอพักและอาคารหอพัก จัดว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง และใช้ระยะเวลาคืนทุนที่ยาวนาน อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่มักนิยมเลือกใช้บริการหอพักใหม่ หรืออาคารที่สร้างใหม่ ๆ ดังนั้นหากมีการสร้างอาคารใหม่ ๆ เกิดขึ้นผู้ประกอบการรายเก่ามักจะได้รับผลกระทบเชิงลบโดยตรง เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์เหล่านี้ไม่สามารถโยกย้าย และยากต่อการปรับแก้ ลดขนาด หรือลดราคาเช่าลงได้ ทำให้สภาวะการแข่งขันทางการตลาดของผู้ประกอบการหอพักรายเก่าจำเป็นต้องตื่นตัวมากขึ้น จากการที่ธุรกิจหอพักแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันทั้งในลักษณะของห้องพัก ทำเลที่ตั้ง ระดับราคา และการโฆษณาจูงใจต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคต้องนำหลากหลายปัจจัยมาพิจารณาในการใช้บริการหอพัก โดยอาศัยหลักการ และความต้องการส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นพื้นฐานต่อการ

ดำรงชีวิตของมนุษย์ ปริมาณความต้องการจะขยายตัวต่อเนื่องในแต่ละปี ตามการเพิ่มของครัวเรือนตามธรรมชาติ และการเติบโตของสถานะเศรษฐกิจ (จันจิรา สุวรรณไตร, 2551)

ผลจากการสำรวจห้องพักในเขตพื้นที่อำเภอเมืองที่มีห้องพักเป็นจำนวนมาก พบว่า มีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่มากขึ้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับห้องพักของตนเอง เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งทางด้านคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง ตลอดจนจนถึงการตกแต่งภายในห้องพัก เป็นต้น ยังต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ โดยการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ และเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ให้ได้ เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าให้ใช้บริการกับธุรกิจของตนเองอย่างต่อเนื่องมากที่สุด และนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ฉัตรภรณ์ อินมุตโต, 2550)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะวิจัยเพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาดและเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของห้องพัก เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของกิจการห้องพัก และเพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจห้องพักต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าห้องพัก และระยะเวลาการเช่าห้องพัก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่เช่าห้องพักที่ให้บริการห้องพักมีจำนวนตั้งแต่ 30 คน ขึ้นไป จำนวน 21 แห่งรวมทั้งสิ้นประมาณ 834 คน ต่อเดือน (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดลพบุรี, 2558)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane) (จันนินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) ที่ระดับมีนัยสำคัญ .05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ .05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยได้สัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 270 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่

2.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

2.1.2 อายุ

- 1) น้อยกว่า 20 ปี
- 2) 20-25 ปี
- 3) 26-30 ปี
- 4) มากกว่า 30 ปี

2.1.3 ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรี
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

2.1.4 อาชีพ

- 1) นักเรียน / นักศึกษา
- 2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน
- 4) ธุรกิจส่วนตัว
- 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 10,000 บาท
- 2) 10,000 – 15,000 บาท
- 3) 15,001 – 20,000 บาท
- 4) มากกว่า 20,000 บาท

2.1.6 ราคาเช่าหอพักต่อเดือน

- 1) ไม่เกิน 2,000 บาท
- 2) 2,001 – 3,000 บาท
- 3) 3,001 – 5,000 บาท
- 4) มากกว่า 5,000 บาท

2.1.7 ระยะเวลาการเช่าหอพัก

- 1) น้อยกว่า 6 เดือน
- 2) 6 เดือน – 12 เดือน
- 3) มากกว่า 12 เดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ได้แก่

2.2.1 ผลិតภัณฑ์

2.2.2 ราคา

2.2.3 การจัดจำหน่าย

2.2.4 การส่งเสริมการตลาด

2.2.5 พนักงาน

2.2.6 กระบวนการให้บริการ

2.2.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

สมมติฐานการวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักที่มีต่อการบริการของหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าหอพัก และระยะเวลาการเช่าหอพัก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (check list) สอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าห้องพัก และระยะเวลาการเช่าห้องพัก

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ จำนวน 43 ข้อประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

สำหรับวิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 แล้วนำไปทดลอง (try out) กับผู้เช่าห้องพักที่ในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่เช่าห้องพักที่ให้บริการห้องพักมีจำนวนตั้งแต่ 30 คน ขึ้นไป แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.89

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นลำดับ ดังต่อไปนี้

2.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ถึงผู้จัดการห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามให้กับผู้เช่าห้องพัก เพื่อขอเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 นำแบบสอบถามส่งให้โดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากผู้เช่าห้องพัก

2.3 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละข้อและนับจำนวนแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ถ้าพบว่าแบบสอบถามชุดใดที่ตอบไม่ครบทุกข้อ ก็จะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เมื่อได้ข้อมูลครบตามต้องการแล้ว ผู้ศึกษาค้นคว้านำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยกำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ ดังนี้

3.1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ

3.2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าห้องพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สำหรับการแปลความหมาย กำหนดค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ สมชาย วรกิจเกษมสกุล (2554) ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง ระดับทัศนะที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด

- 3.50 - 4.49 หมายถึง ระดับที่คนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดมาก
 2.50 - 3.49 หมายถึง ระดับที่คนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดปานกลาง
 1.50 - 2.49 หมายถึง ระดับที่คนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดน้อย
 1.00 - 1.49 หมายถึง ระดับที่คนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดน้อยที่สุด

3.3 การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพ โดยการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยใช้ค่าสถิติทดสอบที (t-test) และค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test) ถ้ากลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม เช่น เพศ จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป จะใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ซึ่งประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าหอพัก และระยะเวลาการเช่าหอพัก เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบต่อไปว่ามีค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของเชฟเฟ (Scheffe's method)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี สรุปผลไว้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำนวน 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.30 มีอายุ 20 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.81 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.52 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.56 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.33 เช่าหอพักราคาเดือนละ 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.67 และระยะเวลาการเช่ามากกว่า 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 60.74

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีจำนวน 7 ด้าน ตามส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพัก แบ่งเป็นรายด้านดังนี้

1. ผลិតภัณฑ์ ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หอพักมีความสะอาดเรียบร้อย รองลงมา คือ เฟอร์นิเจอร์ เช่น เตียง ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ มีสภาพดี ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถานบริการหอพัก

2. ราคา ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาค่าน้ำประปา ใช้อัตราของการประปาเทศบาลเมือง ลพบุรี รองลงมา คือ ราคาค่าไฟฟ้า ใช้อัตราใช้อัตราการคิดค่าไฟฟ้า ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ค่าประกันความเสียหายเหมาะสมกับคุณภาพที่พัก

3. การจัดจำหน่าย ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด คือ สะดวก ปลอดภัยต่อการอยู่อาศัยและเดินทาง รองลงมา คือ ใกล้แหล่งธุรกิจร้านค้า ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีที่จอดรถ / ลานจอดรถมีบริเวณกว้าง

4. การส่งเสริมการตลาด ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เด่นชัด รองลงมา คือ มีการใช้สื่อโฆษณาหลากหลาย ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ใช้บัตรเครดิตได้

5. พนักงาน ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริต รองลงมา คือ มีพนักงานมีการดูแลและให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ พนักงานมีความเอาใจใส่ในงานบริการ และแก้ปัญหาได้รวดเร็ว

6. กระบวนการให้บริการ ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีช่างให้บริการในการซ่อมแซมห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รองลงมา คือ ห้องพักมีความพร้อมเรื่องความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกก่อนรับลูกค้าเข้าพัก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีการบริการเพิ่มเติม นอกเหนือจากห้องพัก เช่น อินเทอร์เน็ต การรับส่งพัสดุภัณฑ์ ฯลฯ

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตกแต่งห้องพักและอาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของห้องพักสวยงาม รองลงมา คือ ความสะอาดด้านสถานที่ ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ

กล่าวโดยสรุป ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าหอพัก และระยะเวลาการเช่าหอพัก ได้ผลดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ ในภาพรวมและรายด้าน มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ ในภาพรวมมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) ผู้เช่าหอพักที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี กับผู้เช่าหอพักที่มีอายุมากกว่า 30 ปี และ 2) ผู้เช่าหอพักที่มีอายุระหว่าง 20 - 25 ปี กับผู้เช่า

หอพักที่มีอายุมากกว่า 30 ปี และพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ผู้เช่าหอพักที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี กับผู้เช่าหอพักที่มีอายุมากกว่า 30 ปี

3. ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมมีทัศนะไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ผู้เช่าหอพักที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้เช่าหอพักที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

4. ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมและรายด้านมีทัศนะไม่แตกต่างกัน

5. ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมมีทัศนะไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) ผู้เช่าหอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท กับผู้เช่าหอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท และ 2) ผู้เช่าหอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 -15,000 บาท กับผู้เช่าหอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

6. ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามราคาเช่าหอพักต่อเดือน ในภาพรวมและรายด้าน มีทัศนะไม่แตกต่างกัน

7. ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระยะเวลาการเช่าหอพัก ในภาพรวมและรายด้าน มีทัศนะไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยสรุปได้ว่าไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ผลិតภัณฑ์ ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนะที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าผู้เช่าหอพักให้ความสำคัญกับหอพักมีความสะอาดเรียบร้อย มีเฟอร์นิเจอร์เครื่องใช้ที่มีสภาพดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตและความสะดวกสบายในการพักอยู่อาศัย ผู้เช่าจึงให้ความสำคัญมาก และเป็นสิ่งที่หอพักที่จะได้รับความสนใจมากจากผู้เช่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศราวุธ มะอาจเลิศ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยเขตการค้า - กัมพูชา อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะด้านปัจจัยย่อยขนาดของห้องพัก การออกแบบและความสวยงามของห้องพัก ความแข็งแรงของโครงสร้างตัวอาคาร ความสะอาดภายในห้องพัก

1.2 ราคา ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนะที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เป็นเพราะว่าผู้เช่าหอพักเห็นความสำคัญของค่าเช่าเป็นปัจจัยสำคัญในเลือกเช่าหอพัก เนื่องจากผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ

เป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และเป็นนักเรียน / นักศึกษา ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างน้อย และยังมีค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันอื่น ๆ อีก จึงต้องคำนึงค่าเช่าที่เหมาะสมกับคุณภาพที่พัก และสามารถจ่ายค่าที่พักได้ตามรายได้ที่ได้รับ เมื่อมีข้อจำกัดในการใช้จ่าย ผู้บริโภคจึงต้องหาห้องเช่าที่เหมาะสมกับคุณภาพและราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อันธิกา สายสินธุ์ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการห้องเช่าในเขตเทศบาลนครยะลา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการใช้บริการห้องเช่าด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง และพบพฤติกรรมการใช้บริการห้องเช่าโดยให้ความสำคัญห้องเช่าประเภทหอพัก มากที่สุด ราคาห้องเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือนราคา 1,000 - 2,000 บาท/เดือน

1.3 การจัดจำหน่าย ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่าผู้เช่าหอพักเห็นความสำคัญของความสะดวก ปลอดภัยต่อการอยู่อาศัยและเดินทาง ใกล้แหล่งธุรกิจร้านค้า ที่พักใกล้สถานที่ทำงาน สถานศึกษา สถานีขนส่ง สถานพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้เช่าหอพักมีความต้องการเลือกเช่าหอพักใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านสถานที่

1.4 การส่งเสริมการตลาด ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เป็นเพราะผู้เช่าหอพักให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของหอพักไม่มาก ซึ่งไปให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยภายในหอพักมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุเทพ เชื้อสุวรรณ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลนครระยอง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในรายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าพัก ในเขตเทศบาลเมืองนครระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

1.5 พนักงาน ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เป็นเพราะผู้เช่าหอพักมีความต้องการให้พนักงานมีความใส่ใจในการบริการลูกค้า แก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีอัธยาศัยดี มนุษย์สัมพันธ์ดี ให้คำแนะนำที่ดี ให้บริการรวดเร็ว แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย เนื่องจากการให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการนำมาตัดสินใจเช่าหอพัก ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักจำเป็นต้องสร้างทัศนคติที่ดีต่องานบริการให้กับพนักงานในทุกระดับของหอพักเพื่อที่จะสร้างความประทับใจกับผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วัฒนา ก้องแดนไพร (2551) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักของนักศึกษาในเขตอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักของนักศึกษา ในเขตอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านบุคคลผู้ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

1.6 กระบวนการให้บริการ ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีมีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เป็นเพราะว่าผู้เช่าหอพักให้ความสำคัญของห้องพักมีความพร้อมเรื่องความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกก่อนรับลูกค้า เข้าพัก การมีช่างให้บริการในการซ่อมแซมห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีระบบในการจอง

ห้องพักไม่ยุ่งยากซับซ้อน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัชวาล เวศย์วรุฒม์ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของการตัดสินใจการเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมาก

1.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าผู้เช่าหอพักให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตกแต่งห้องพักและอาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของห้องพักสวยงาม และความสะอาดด้านสถานที่ ซึ่งผู้บริโภคจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกใช้บริการหอพัก ดังนั้นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูสวยงามและสะอาดสบายเพียงใดการบริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ แก้วตา วรดาอภิโชติ (2551) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในพื้นที่เขตชอยคุณพระ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องเช่าด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเช่าหอพัก และระยะเวลาการเช่าหอพัก สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ ในภาพรวมและรายด้าน มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุเทพ เชื้อสุวรรณ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลนครระยอง ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลนครระยอง เมื่อจำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกัน

2.2 ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ ในภาพรวมมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) ผู้เช่าหอพักที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี กับผู้เช่าหอพักที่มีอายุมากกว่า 30 ปี และ 2) ผู้เช่าหอพักที่มีอายุระหว่าง 20 - 25 ปี กับผู้เช่าหอพักที่มีอายุมากกว่า 30 ปี และพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ผู้เช่าหอพักที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี กับผู้เช่าหอพักที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัยของ แก้วตา วรดาอภิโชติ (2551) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในพื้นที่เขตชอยคุณพระ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า เมื่อจำแนกตามอายุ ผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีอายุ 18-25 ปี กับ 26-35 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) และด้านกระบวนการให้บริการ

2.3 ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องผลการวิจัยของ วัฒนา กิ่งแดนไพร (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักของนักศึกษาในเขตอำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า เมื่อ

เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักในเขตอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ของ นักศึกษา เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา ไม่แตกต่างกัน

2.4 ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัด ลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมและรายด้านมีทัศนะไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องผลการวิจัยของ เกสรา ทัตถนานุรัตน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า การ เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพัก กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลใน การเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

2.5 ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัด ลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมมีทัศนะไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) ผู้เช่าหอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท กับผู้เช่า หอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท และ 2) ผู้เช่าหอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย กว่า 10,000 -15,000 บาท กับผู้เช่าหอพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท แต่สอดคล้องผลการวิจัยของ สุเทพ เชื้อสุวรรณ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก ของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลนครระยอง ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจ เลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลนครระยอง เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ไม่ แตกต่างกัน

2.6 ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัด ลพบุรี โดยจำแนกตามราคาค่าเช่าหอพักต่อเดือน ในภาพรวมและรายด้าน มีทัศนะไม่แตกต่างกัน จึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องผลการวิจัยของ เกสรา ทัตถนานุรัตน์ (2554) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เช่าหอพักในอัตราค่าเช่าหอพักที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลในการเช่า หอพักไม่แตกต่างกัน

2.7 ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัด ลพบุรี โดยจำแนกตามระยะเวลาการเช่าหอพัก ในภาพรวมมีทัศนะไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องผลการวิจัยของ เกสรา ทัตถนานุรัตน์ (2554) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการเช่าที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลในการเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมือง ลพบุรี จังหวัดลพบุรี ผู้ศึกษาสามารถสรุปข้อเสนอแนะที่สำคัญและน่าสนใจได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจหอพัก ควรเน้นเรื่อง การสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถานบริการหอพัก ให้ผู้เข้ามาใช้บริการหอพักเกิดความประทับใจตั้งแต่แรกเริ่ม เพื่อเป็นจุดขาย และเป็น การสร้างชื่อเสียง

1.2 ด้านราคา ผู้ประกอบธุรกิจหอพักควรมีราคาห้องพัก ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าประกันความเสียหายอย่างมีมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในห้องพัก และควรมีราคาห้องพักหลากหลายราคาแบ่งไว้เป็นระดับชั้นของราคาอย่างมีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้เช่าได้เลือกได้ตรงกับความต้องการ

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจหอพัก ควรพิจารณาทำเลที่ตั้งโดยสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง การเดินทางไปยังแหล่งบริการต่างๆ คำนึงถึงทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง คำนึงถึงบริการทางสาธารณูปโภค ปลอดภัยต่อการอยู่อาศัยและเดินทาง ใกล้แหล่งธุรกิจร้านค้า ที่พักใกล้สถานที่ทำงาน สถานศึกษา สถานีขนส่ง สถานพยาบาล และควรมีที่จอดรถที่สามารถรองรับผู้ใช้บริการหอพักได้เพียงพอ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจหอพักควรสร้างชื่อเสียงของหอพักในเรื่องความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยภายในห้องพัก และอำนวยความสะดวกในการชำระเงินค่าเช่าห้องพัก เช่น การชำระผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น

1.5 ด้านพนักงาน ผู้ประกอบธุรกิจหอพัก ผู้ประกอบการหอพักควรพัฒนาทัศนคติที่ดีของพนักงานต่องานบริการให้กับพนักงานในทุกระดับของหอพักเพื่อที่จะสร้างความประทับใจกับผู้ใช้บริการ ให้พนักงานมีความเอาใจใส่ในงานบริการ และแก้ปัญหาได้รวดเร็ว

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจหอพัก ควรให้บริการโดยการอำนวยความสะดวกในการเข้าพักให้แก่ผู้เช่าหอพักให้ได้รับความสะดวกสบายด้านที่พัก และมีการบริการเสริม เช่น อินเทอร์เน็ต การรับส่งพัสดุภัณฑ์ ฯลฯ

1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ประกอบธุรกิจหอพัก ควรตกแต่งห้องพักและอาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของห้องพักให้สวยงาม และมีความสะดวกด้านสถานที่ และมีความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ เพราะหากหอพักมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม และมีความสะดวก สะอาด ก็ จะตรงกับความต้องการกับผู้เช่าหอพักที่เห็นเรื่องคุณภาพชีวิตที่ดีนั้นเกิดจากสภาพแวดล้อมที่ดี

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักของผู้เช่าในจังหวัดอื่น ๆ เพราะจะทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจของผู้เช่าในส่วนพื้นที่ที่ต่างกันอย่างออกไป เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงหอพักให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 ควรมีการวิจัยในเรื่องของความต้องการและปัญหาของผู้เช่าหอพัก ในจังหวัดลพบุรี

2.3 ควรมีการวิจัยเชิงพัฒนาคุณภาพเพื่อสำรวจรูปแบบการให้บริการอย่างครบวงจร หรือพัฒนารูปแบบการให้บริการของสถานที่พักอาศัยในจังหวัดลพบุรี อาทิ แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์การให้บริการเชิงรุกเพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2555). การสังเคราะห์ผลการประชุมการ
ขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมสวัสดิการชุมชนท้องถิ่น. สืบค้นจาก [http://www.m-
society.go.th/document/edoc/edoc_4508.pdf](http://www.m-society.go.th/document/edoc/edoc_4508.pdf)
- เกสร ทัดธนาบุตร. (2554). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของ
ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- แก้วตา วรดาอภิโชติ. (2551). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการในพื้นที่เขตชอยคุณพระ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. ภาคนิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- จันจิรา สุวรรณไตร. (2551). การเพิ่มประสิทธิภาพห้องพัก กรณีศึกษา หอพักกรีนเพลส.
รายงานสัมมนาการจัดการหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชัชวาล เวศย์วรุตม์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : วี
อินเตอร์ พรินท์.
- ธิดิภรณ์ อินมุตโต. (2550). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้องพักเซ็นทรัล ฮิลล์ เพลส
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรัญญา อภีรักษ์กานต์. (2556). การจัดการธุรกิจห้องพักในจังหวัดราชบุรี. วารสาร RMUTT Global
Business and Economics Review, 8(2), 61-77.
- วัฒนา ก้องแดนไพร. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของนักศึกษาในเขต
อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เทพสตรี. วีระพงษ์ หาญรินทร์. (2552). บทเรียนจากประสบการณ์การสร้างเสริมสุขภาพ :
กรณีศึกษาโครงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมสุขภาพ
ของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 28(1), 38-46.
- ศรารุช มะอาจเลิศ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในเขตการค้าแนว
ชายแดนไทย - กัมพูชา อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว. การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สมชาย วรกิจเกษมสกุล. (2554). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.
อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. การ
ค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุเทพ เชื้อสุวรรณ. (2550). ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักในเขต
เทศบาลนครระยอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

อันธิกา สายสินธุ์ (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการ
ใช้บริการห้องเช่าในเขตเทศบาลนครยะลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ราชภัฏยะลา.

