

บทคัดย่อ

170346

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าห้องพัก ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ กลุ่มเป้าหมายที่พักอาศัยอยู่ในหอพักเอกชน จำนวน 15 แห่ง ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ รวม 321 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้าน กระบวนการบริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สำหรับปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในระดับปานกลาง

ในส่วนของการความต้องการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก พบว่า มีความต้องการ บริการรับทำความสะอาด บริการซักผ้า และร้านอาหาร ต้องการเตียงนอนคู่ และลักษณะห้องที่ ต้องการคือห้องชุด 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ห้องเอนกประสงค์ ความถี่ในการชำระค่าเช่า 1 ครั้งต่อ เดือน อัตราค่าเช่าต่อเดือนที่ต้องการคือ 2,501-3,000 บาท เพอร์นิเจอร์ที่คิดว่าจำเป็นต้องมีในห้องพัก ได้แก่ เตียงนอน รองลงมาคือ พัดลม ตู้เสื้อผ้า-โต๊ะเครื่องแป้ง ตามลำดับ

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ต้องการมีระยะเวลาการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน โดยมีรูปแบบ การชำระค่าไฟฟ้า-น้ำประปาแบบคิดตามมิเตอร์

ABSTRACT

170346

The objective of the independent study was to study the factors on choosing Dormitory in Suthep District, Muang Chiang Mai. The data were collected from questionnaires distributed to a sample group of 321 users in Suthep District area. The data were then statistically analyzed by the ready-made program, using frequency, percentage and mean.

It was found from the study that the customers who rented resident in Suthep District, Muang Chiang Mai were female over 20 years old. They were from the middle part of Thailand and studying in bachelor degree. They had the allowance of 5,001-10,000 baht per month.

It was found that the mixed marketing service factors which affected the customer's decision for renting the dormitory at the high percentage were product, price, place, personnels, servicing process, and the factor of constructing and the physical presentation. The marketing promotion affected the customer's decision at medium level.

Priorities which affected the decision making of the customers which most of them were ranked as follow : room-cleaning service, laundry, food, twin-beds room with one washroom and one multipurpose function-room, frequency for payment is once a month, the rate or renting are ranging from 2,501-3,000 baht per month. The necessary furniture includes a bed, a fan, a wardrobe and a dresser.

Most of them preferred advance payment of one month with metering water and electric bills separated.