

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้เช่ารายเดือนใน
อำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกห้องพัก

ผู้เขียน

นางสาวสุภาณี ชั่งนิมิตร

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีเพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้เช่ารายเดือนในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกห้องพัก ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีการกำหนดแบบตามโควต้า โดยเก็บข้อมูลจากผู้เช่าห้องพักแบบรายเดือนแบบอพาร์ทเมนต์และหอพักและการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยเลือกเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ จำนวนทั้งหมด 300 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีสถานภาพ โสด อาชีพนักเรียน/นิสิต นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จ่ายค่าเช่าห้องพักต่อเดือน 3,001-4,000 บาท

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้เช่ารายเดือนในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกห้องพัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีผลในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและมีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับรายละเอียดย่อยแต่ละด้านดังนี้ ด้านบุคคล ให้ความสำคัญในเรื่องความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ด้านกระบวนการบริการ ให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในเรื่องการมีระบบสาธารณูปโภคได้มาตรฐาน ด้านราคา ให้ความสำคัญในเรื่องค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก ด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญในเรื่องมีความปลอดภัย

ในการเดินทางเข้าหอพัก/อพาร์ทเมนต์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ห้องพักใกล้สถานที่ทำงาน/
สถานศึกษา หรือแหล่งศูนย์การค้า/ตลาด และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในเรื่อง
การบอกต่อ/แนะนำของคนรู้จัก ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Services Marketing Mix Affecting Monthly Tenant Decision Towards Choosing Rental Rooms in Mueang Samut Sakhon District
Author	Miss Supanee Kungnimitr
Degree	Master of Business Administration
Advisor	Assoc.Prof. Orapin Santidhirakul

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to investigate services marketing mix affecting monthly tenant decision towards choosing rental rooms in Mueang Samut Sakhon district. In order to collect data, questionnaires were distributed to 300 renters who rented a monthly room in Mueang Samut Sakhon district. The determination of the researches were quota sampling and convenience selection by consumers renting a monthly apartment and dormitory. Then, all data were analyzed by the descriptive statistics; consisting of frequency, percentage, and means.

The study results were shown that most respondents were female, age 20-29 years old, status single, mostly student, monthly salary around 10,001-20,000 baht, holding upper secondary school education and rental 3,001-4,000 baht per month.

The service marketing mix affecting most respondents were weighed at the high levels. The factors influencing the respondents at high levels referred to people, service process, products, prices, physical and place. The factors influencing the respondents at medium levels were promotion.

The respondents paid their most concerns in each factor as follows. For people factor, the attention of security guard was the important factor while service process was the process of cleanliness. The standard utility system was considered as the product factor. For price factor, appropriate monthly rental was the significance. The physical factor related to safety concern was

the light on the entrance and exit path, The locations nearby work or study place and shopping center or market were considered as the place factor. For the last factor, the mouth communication was important promotion, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved