

แนวทางการพัฒนาธุรกิจหอพักเอกชน กรณีศึกษา : หอพักเวสธิมาคอร์ท

Guidelines for Development of Private Dormitory :

A Case Study of Westhima Court Dormitory

ศุภลักษณ์ ไกลถิ่น

อีเมลล์: supalak_h@hotmail.com

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร. ปิยธิดา เพ็ชรอุประสิทธิ์

อีเมลล์: piyatida@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องว่างระหว่างความต้องการของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย และการให้บริการของหอพักเวสธิมาคอร์ท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจหอพักเวสธิมาคอร์ท โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เช่าหอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูง มีการออกแบบหอพักที่มีความคงทนและน่าพักอาศัย มีโซนกีฬาไว้ออกกำลังกาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในหอพักที่ครบถ้วน และมีโซนจอดรถเฉพาะรถยนต์ ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก ทำเลที่ตั้ง และขนาดของห้องพัก ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำเลที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่ทำงาน และแหล่งอุปโภคบริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการรับรู้ข่าวสารโฆษณาทาง เฟสบุ๊ค และเว็บไซต์ อยากให้มีความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า อยากให้มี โปร โฆษณ ส่วนลดในกรณีทำสัญญาระยะยาว มีกิจกรรมภายในหอพัก ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการพนักงานขาย ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี เสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ด้านกระบวนการบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้มีการแก้ปัญหารวดเร็ว และต้องการชำระค่าเช่าเป็นเงินสด มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้มีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ปลอดภัย เงียบสงบ เป็นส่วนตัว อยู่ใกล้ชุมชนชาติ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจหอพักเวสธิมาคอร์ท ดังต่อไปนี้ ควรเพิ่มความเร็วอินเทอร์เน็ต เพิ่มโซนกีฬาออกกำลังกาย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในหอพัก ได้แก่ร้านอาหาร ทำสต็อกเกอร์จอร์จครอยนส์สำหรับผู้ที่พักในหอพัก ทำห้องครัวเพิ่มให้กับผู้เช่า เพิ่มเครื่องอบผ้าแห้ง มีความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า มีโปรโมชั่นส่วนลดค่าเช่าในกรณีทำสัญญาระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป มีการจัดกิจกรรม ปีละ 1-2 ให้คำแนะนำ อบรม สอนมารยาท ให้ความรู้แก่นักงานขายอย่างทั่วถึง เพิ่มความรวดเร็วในการบริการหลังการขาย ยกเลิกการชำระค่าเช่าผ่านเค้ายเตอร์ทางธนาคาร หรือแอปพลิเคชัน โอนเงินบนมือถือ เปลี่ยนเป็นรับเงินสดแทน

คำสำคัญ: หอพักเอกชน/ความต้องการของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขตตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย/
การให้บริการของหอพักเวสธิมาคอร์ท/ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The objective of this study was to survey the need of private dormitory tenants in the Ban Du, Muang District, Chiang Rai Province for Westhima Court dormitory. By using the 7ps, Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical evidence and Presentation, which is an important key to set up questionnaires. The result would be used as a guideline and to improve Westhima Court's services. The questionnaires were answered by 400 private renters in the Ban Du Area, and analyzed by statistics such as frequency, mean and standard deviation.

The results showed that the tenants required the following in their dormitory; Product: high speed internet, strong structured building and attractive design, exercise room, necessary equipment in the room and parking. Price: reasonable price comfortable to services and location. Place: good location, close to destination (university or work), public transportation. Promotion: advertisement on social media and website, discount for long term stay, entertaining activity in dormitory. People: friendly staff, detailed rules and regulations and available services of the dormitory. Process: promptly response to problem, flexible payment tenants and channel, and good dormitory security. Physical evidence and Presentation: good environment, safe and peaceful with more green space in the area.

According to 7p's analysis system, suggestion for Westhima court improvement were as followed: upgrade to high speed internet, addition of an exercise area for the tenants, open a restaurant/café, provided Designated parking area for tenants by issued sticker for each room, installation kitchens for each room, installed laundry area, extended payment due dates, offered discount for long term contract (one year or more), set up scheduled activities in the dormitory at least once a year, set up hospitality

training for all staff and sales people, and allowed tenants to pay their rent by cash instead of Bank transfer.

Keywords: Private Dormitory / Private Tenant Dormitory Requirement in Ban Du Sub-District, Muang District, Chiang Rai Province / Services of Westhima Court Dormitory /Marketing mix

บทนำ

“ที่อยู่อาศัย” เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทำให้มนุษย์จะแสวงหาถิ่นฐานที่อยู่อาศัยที่มีความมั่นคงปลอดภัย และเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตมากที่สุด อย่างไรก็ตามบางครั้งความต้องการที่อยู่อาศัยอาจมีใช้ที่อยู่อาศัยถาวร ในปัจจุบันประชากรมีการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น การศึกษาต่อของผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด หรือการโยกย้ายไปปฏิบัติงานตามท้องที่ต่างๆ เพื่อความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทาง ทำให้คนต้องหาแหล่งที่อยู่อาศัยสำรอง เป็นต้น (จันจิรา ตั้งทรงเจริญ,ศรัญญา ตั้งทรงเจริญ และ วรณธิดา แยมยืม,2550) ธุรกิจหอพักเป็นธุรกิจที่เติบโตควบคู่กับความต้องการที่อยู่อาศัยของคนในประเทศโดยเป็นการตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ทั้งในกรณีของการเพื่อการศึกษา การเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ และรูปแบบชีวิตที่เปลี่ยนไป โดยความต้องการที่อยู่อาศัยยังคงมีเพิ่มมากขึ้นทุกปี คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องเช่าที่อยู่อาศัยไม่ว่าจะอยู่ในรูปของ หอพัก ห้องเช่า อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม หรือบ้าน(อภิชาติ สิริผาคติ,2549) สถานการณ์ธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย ปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง และในบางพื้นที่ผู้ประกอบการหอพักเริ่มเผชิญกับปัญหาในเรื่องของจำนวนห้องเช่าที่มีจำนวนสูงกว่าความต้องการ สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเกิดใหม่ของจำนวนหอพักที่เข้ามาสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ประกอบกับในช่วงที่ผ่านมา มีโครงการคอนโดเกิดใหม่เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแย่งชิงกลุ่มลูกค้าเกิดขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเลือกเช่าหอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย โดยผลที่ได้รับจากการศึกษาจะทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักเอกชน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทางธุรกิจหอพักเวสทิมาคอร์ท อีกทั้งยังเป็นแนวทางปรับปรุงทางด้านหอพัก เพื่อที่จะรักษาผลกำไรให้คงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. วิเคราะห์หาช่องว่างระหว่างความต้องการของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย กับการให้บริการของหอพักเวสทิมาคอร์ท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจหอพักเวสทิมาคอร์ท

ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตขอบการวิจัยจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่** คือ หอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาช่องว่างระหว่างความต้องการของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กับการให้บริการของหอพักเวสธิมาคอร์ท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจหอพักเวสธิมาคอร์ท
3. **ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่หอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
4. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ประมาณ 6 เดือน

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในครั้งนี้มีการนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่แนวคิดและทฤษฎีด้านปัจจัยส่วนบุคคล ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550:57-59) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierachy of Needs Theory) หมายถึง เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นทฤษฎี ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่สุดไปยังระดับสูงสุด กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้มีสามประการ(พรพรหม พรหมเพศ, 2551) ได้แก่ 1.บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ 2.ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความสำคัญ 3.เมื่อความต้องการลำดับต่ำได้รับการสนองตอบอย่างดี ซึ่งสามารถจัดแบ่งได้เป็นห้าระดับจากระดับต่ำไปสูง ดังต่อไปนี้ ขั้นที่ 1 ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพและชีวภาพ ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม ขั้นที่ 4 ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับ ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงสุด

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7P's ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550:35-36) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) กล่าวว่าเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภค และการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1Hs เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os รายละเอียดดังต่อไปนี้ 1.ใครอยู่ในตลาด

เป้าหมาย 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ 4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด 6. ผู้บริโภคซื้อที่ใด 7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ คือ เตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (อ้างถึงใน ปณิศา ลัญชานนท์, 2548: 105-110) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นลำดับขั้นในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมาก ในกระบวนการซื้อพบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

Business Model Canvas ถูกพัฒนาขึ้นจากหนังสือเรื่อง Business Model Generation โดย Alexander Osterwalder และถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบของการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นการกำหนดแนวทาง และหลักการที่องค์กรสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งเป็นการกำหนดโครงสร้างขององค์กรที่จะใช้ดำเนินการร่วมกับผู้ร่วมงานในการทำการตลาด และส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า ได้แก่ 1. กลุ่มของลูกค้า 2. การนำเสนอคุณค่า 3. ความสัมพันธ์กับลูกค้า 4. ช่องทางการติดต่อลูกค้า 5. กระแสรายได้ 6. คู่ค้าสำคัญในการดำเนินธุรกิจ 7. กิจกรรมหลัก 8. ทรัพยากรหลัก 9. โครงสร้างค่าใช้จ่าย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหอพัก พัชรี โชคบำรุงศิลป์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มัทนา จันทะขำนิ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดผู้เช่าหอพักเพิ่มพูนทรัพย์ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม และสร้อยญา สุขเพิ่ม (2556) ได้ศึกษาความต้องการของนิสิตต่อการบริการด้านหอพัก นิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร กองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ที่ใช้บริการหอพักเอกชนในเขต ตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างของผู้พักอาศัย โดยการคำนวณจากสูตร Non Probability เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552 หน้า 45) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert ที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบให้เลือกระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยจะทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการให้น้ำหนักระดับความสำคัญ และหรือประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แล้วนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

1. Business Model Canvas หอพักเวสธิมาคอร์ทเดิม

<p>KP</p> <p>1.วิศวกรเขียนแบบและก่อสร้าง</p> <p>2.สำนักงานบัญชี</p> <p>3.ช่างดูแลเครื่องอินเทอร์เน็ต</p> <p>4.ช่างดูแลสัญญาณทีวีและกล่องวงจรปิด</p> <p>5.บริษัท พ.พานิชอีเลคทริคส แคลร์ จำกัด</p> <p>6.Unipest Company Limited</p> <p>7.บริษัท สามัคคีประกันภัย จำกัด (มหาชน)</p> <p>8.ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งทรัพย์วอเตอร์เวอร์ค</p> <p>9.TOT</p> <p>10.3BB</p>	<p>KA</p> <p>1. บริการห้องพัก</p> <p>2. ดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าและทรัพย์สิน</p> <p>3. ทำความสะอาดห้องพัก และระเบียง</p> <p>4. ซ่อมแซมอุปกรณ์ภายในห้องพัก</p> <p>5. เจ้าหน้าที่ดูแลเน็ต เคเบิลและกล่องวงจรปิด</p>	<p>VP</p> <p>ด้านผลิตภัณฑ์</p> <p>1.มีการออกแบบห้องพักที่มีความคงทนและน่าพักอาศัย(บิวอินจากไม้จริง สโอดีโรงแรม)</p> <p>2.อินเทอร์เน็ตความเร็ว 250 Mbps</p> <p>3.ความสะดวกภายในห้องพัก ได้แก่ เตียง,ตู้เสื้อผ้า,โต๊ะเครื่องแป้ง,ลิ้นชักหัวเตียง 2 อัน,ลิ้นชักเก็บของ ,แอร์,พัดลม,เคเบิลทีวี, ตู้เย็น, เครื่องทำน้ำอุ่น, ซิงค์ล้างจาน,ราวตากผ้าตรงระเบียง</p> <p>4.ความสะดวกภายในห้องพัก ได้แก่ มีมินิมาร์ท เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ พื้นที่ตากผ้าส่วนตัว และสวนหย่อมให้นั่งเล่น</p> <p>5.ที่จอดรถยนต์ มีไม่เพียงพอ เพราะเพื่อน พอ แม่ ญาติพี่น้อง มาเยี่ยมผู้พัก ก็นำรถยนต์ไปจอด ทำให้ผู้ที่อยู่ห้องอื่นๆไม่มีที่จอดรถ</p> <p>ด้านราคา</p> <p>1.ความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า จ่ายวันที่ 1-5 เก็บวันที่กำหนดปรับวันละ 100 บาท</p> <p>ด้านทำเลที่ตั้ง</p> <p>1.ทำเลที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและที่ทำงาน</p> <p>2.ห้องพักใกล้แหล่งอุปโภคบริโภค</p> <p>ด้านบุคลากร</p> <p>1.พนักงานไม่ค่อยยิ้มแย้ม ไม่เสนอข้อมูลที่ครบถ้วน จึงไม่สามารถจูงใจให้ลูกค้าเช่าห้องพัก</p> <p>ด้านกระบวนการบริการ</p> <p>1.ห้องพักรับชำระค่าเช่าผ่านเคาเตอร์ทางธนาคาร หรือแอปพลิเคชันโอนเงินบนมือถือ</p> <p>2.ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม</p> <p>3.ระบบป้องกันอัคคีภัย</p> <p>ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ</p> <p>1.ห้องพักมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ปลอดภัย สงบ เป็นส่วนตัว อยู่ใกล้ธรรมชาติ</p> <p>2.ห้องพักมีสวนหย่อมให้นั่งพักผ่อน</p>	<p>CR</p> <p>การบริการหลังการขาย</p> <p>ด้านกระบวนการบริการ</p> <p>1.การบริการหลังการขายแก้ปัญหาเข้าไป</p>	<p>CS</p> <p>นักศึกษา คนทำงาน</p>
<p>CS</p> <p>1.ค่าที่ดิน</p> <p>2.ค่าเขียนแบบและก่อสร้าง</p> <p>3.ค่าโฆษณา</p> <p>4.ค่าอินเทอร์เน็ต</p> <p>5.ค่าไฟ</p> <p>6.ค่ากำจัดปลวก</p> <p>7.ค่าประกันวินาศภัย</p> <p>8.ค่าทำบัญชี</p> <p>9.ชื่อของมินิมาร์ท</p> <p>10.ค่าใช้จ่ายอื่นๆ</p> <p>11.ค่าอุปกรณ์ภายในห้องพัก ได้แก่ แอร์ พัดลม ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น ทีวี ซิงค์ล้างจาน</p> <p>12.ค่าอุปกรณ์ภายนอกห้องพัก ได้แก่ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตู้น้ำหยอดเหรียญ กล่องวงจรปิด จานเคเบิล</p> <p>13.เงินเดือนพนักงาน ได้แก่ ผู้ดูแลห้องพัก แม่บ้าน ขาม</p> <p>14.เฟอร์นิเจอร์บิวอิน</p>	<p>KR</p> <p>1. คน</p> <p>2. ที่ดิน</p> <p>3. หอพัก</p>	<p>RS</p> <p>1.รายได้ค่าเช่า</p> <p>2.รายได้ค่าไฟ</p> <p>3.รายได้ค่าน้ำ</p> <p>4.รายได้ค่าเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ</p> <p>5.รายได้ค่าน้ำดื่มหยอดเหรียญ</p> <p>6.รายได้จากร้านมินิมาร์ท</p>	<p>CH</p> <p>ด้านการส่งเสริมการตลาด</p> <p>1. Facebook</p> <p>2. Website</p> <p>3. ป้ายโฆษณา</p> <p>4. มีผู้แนะนำ</p> <p>5. office</p>	

2. ข้อมูลเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความต้องการของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขตตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย กับการให้บริการของหอพักเวสทิมาคอร์ท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความต้องการของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขตตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย กับการให้บริการของหอพักเวสทิมาคอร์ท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

อันดับ ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความ ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม	การให้บริการของหอพักเวสทิมาคอร์ท	สอดคล้อง	ไม่ สอดคล้อง	ปรับปรุง
1.ด้านผลิตภัณฑ์					
สูงสุด	มีเครื่องทำน้ำอุ่น	หอพักมีเครื่องทำน้ำอุ่น	/		-
รองลงมา	มีการออกแบบหอพักที่มีความคงทนและ น่าพักอาศัย	มีการออกแบบโครงสร้างอาคารป้องกันแผ่นดินไหว 7 ริคเตอร์ ผนังก่อสร้างด้วยอิฐมวลเบา และสะอาด ปลอดภัย ความ สะดวกครบครัน	/		-
น้อยที่สุด	ไม่จำเป็นต้องมีโทรศัพท์ภายในห้องพัก	หอพักไม่มีโทรศัพท์ภายในห้องพัก	/		-
2.ด้านราคา					
สูงสุด	1.ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้อง 2.ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง	1.หอพักมีราคาที่มีมาตรฐาน เหมาะสมกับขนาดห้องพัก 2.หอพักมีราคาที่มีมาตรฐาน เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง	/		-
รองลงมา	มีความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า	หอพักไม่มีความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า ต้องชำระค่าเช่าทุกๆ วันที่ 1-5 ถ้าจ่ายเกินวันที่กำหนดปรับวันละ 100 บาท		/	เก็บค่าเช่าทุก ๆ ต้นเดือน วันที่ 1-10 ของ เดือน ถ้าเกินกำหนดปรับวันละ 50 บาท (บางกรณี ถ้าลูกค้ามีความจำเป็น มีเหตุผล ในการจ่ายช้า ก็จะยกให้เป็นกรณีไป
น้อยที่สุด	ไม่จำเป็นต้องมีราคาห้องพักหลายระดับ	ราคาห้องพักมีให้เลือก 2 ระดับ คือ 3,500 บาท และ 3,700 บาท	/		-

ตารางที่ 1 (ต่อ)

อันดับ ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความ ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม	การให้บริการของหอพักเวสทริมาคอร์ท	สอดคล้อง	ไม่ สอดคล้อง	ปรับปรุง
1.ด้านทำเลที่ตั้ง					
สูงสุด	หอพักใกล้สถานศึกษาหรือที่ทำงาน	หอพักใกล้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและที่ทำงาน	/		-
รองลงมา	หอพักใกล้แหล่งอุปโภคบริโภค	หอพักใกล้ร้านคอมพิวเตอร์ ร้านถ่ายเอกสาร สนามบิน 7-11	/		-
น้อยที่สุด	หอพักไม่จำเป็นต้องใกล้บริเวณหอพักที่ เพื่อนพักอยู่	จากการสอบถามผู้พักในหอพักเวสทริมาคอร์ท ในการเลือกเช่า หอพักคือ ความต้องการส่วนตัว ไม่จำเป็นต้องพักใกล้เพื่อน	/		-
2.ด้านการส่งเสริมการตลาด					
สูงสุด	โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	หอพักมีช่องทางการขายทาง Facebook และ Website	/		-
รองลงมา	1.มีป้ายโปสเตอร์โฆษณา 2.มีส่วนลดค่าเช่าในกรณีทำสัญญาระยะ ยาว	1.หอพักมีป้ายโฆษณาติดกับทางเข้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 2.หอพักไม่มีส่วนลดค่าเช่าในกรณีทำสัญญาระยะยาว	/	/	ลดค่าเช่าในกรณีทำสัญญา 1 ปีขึ้นไป
น้อยที่สุด	ไม่จำเป็นต้องมีใบปลิวโฆษณาแจก	หอพักไม่มีใบปลิวในการโฆษณา	/		-
3.ด้านบุคลากร					
สูงสุด	ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ความ รับผิดชอบ และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ดูแล หอพัก	ผู้ดูแลหอพักมีความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ แต่มนุษยสัมพันธ์ไม่ค่อยดี ไม่ค่อยยิ้มแย้ม		/	ควรแก้ไขโดยการสอนมารยาท
รองลงมา	มีการให้คำแนะนำต่างๆแก่ผู้เช่า เช่น แนะนำการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆที่มีอยู่ในหอพัก	ผู้ดูแลหอพักมีการให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ ผู้เช่า เช่น แนะนำการ ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีอยู่ในหอพัก	/		-

ตารางที่ 1 (ต่อ)

อันดับ ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีผลต่อความต้องการของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	การให้บริการของหอพักเวสทิมคอร์ท	สอดคล้อง	ไม่ สอดคล้อง	ปรับปรุง
6.ด้านกระบวนการบริการ					
สูงสุด	มีการพาผู้ที่สนใจเข้าชมห้องพัสดุอย่างเพื่อเป็น ข้อมูลในการตัดสินใจ	ผู้ดูแลหอพักมีการพาผู้ที่สนใจเข้าชมห้องพัสดุอย่างเพื่อ เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ	/		-
รองลงมา	แก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้รวดเร็ว	หอพักแก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้ช้า เช่น เรื่องอินเทอร์เน็ต ต้อง รอให้ช่างว่างก่อน ทำให้ผู้เช่าหอพักไม่พอใจ		/	ควรแก้ไขปัญหาให้รวดเร็วขึ้น
น้อยที่สุด	ไม่จำเป็นต้องมีการรับชำระค่าเช่าผ่านเคาเตอร์ ธนาคาร หรือแอปพลิเคชัน โอนเงินผ่านมือถือ	หอพักรับชำระค่าเช่าผ่านเคาเตอร์ทางธนาคาร หรือแอป พลิเคชัน โอนเงินบนมือถือ		/	ยกเลิกการชำระค่าเช่าผ่านเคาเตอร์ ธนาคาร หรือแอปพลิเคชัน โอนเงิน บนมือถือ เปลี่ยนเป็นรับเงินสดแทน
7.ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ					
สูงสุด	สภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ปลอดภัย เงียบสงบ เป็น ส่วนตัว อยู่ใกล้ชุมชน	หอพักมียามดูแลความปลอดภัย หอพักไม่ติดถนนใหญ่ รถจึงไม่ค่อยผ่านมาก ที่นี้จึงเงียบสงบ เป็นส่วนตัว	/		-
รองลงมา	มีส่วนหย่อมให้นั่งพักผ่อนเวลาว่าง นอกอาคาร	หอพักมีส่วนหย่อมภายในหอพัก และข้างหอพัก	/		-
น้อยที่สุด	ไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ต้อนรับแขกที่เป็น ส่วนกลางของหอพัก	หอพักไม่มีสถานที่ต้อนรับแขกที่เป็นส่วนกลางของ หอพัก	/		-

3. ข้อมูลเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างข้อเสนอแนะของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขตตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย กับการให้บริการของหอพักเวสธิมาคอร์ท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบช่องว่างระหว่างข้อเสนอแนะของผู้เช่าหอพักเอกชนในเขตตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย กับการให้บริการของหอพักเวสธิมาคอร์ท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อเสนอแนะ	การให้บริการของหอพักเวสธิมาคอร์ท	สอดคล้อง	ไม่ สอดคล้อง	ปรับปรุง
1. ด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 อยากได้อินเตอร์เน็ตความเร็วสูง	อินเทอร์เน็ตของหอพักมีความเร็ว 250 Mb แต่ช้าอยู่	/		ควรเพิ่มความเร็วอินเทอร์เน็ตเป็นความเร็ว 400 Mb
1.2 ต้องการให้มีโซนกีฬาไว้ออกกำลังกาย	หอพักไม่มีโซนกีฬาไว้ให้ลูกค้าออกกำลังกายเลย	/		ควรเพิ่มโซนฟิตเนส
1.3 ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ในห้อง หรือร้านค้า ห้องซักผ้า ร้านอาหาร	หอพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ยกเว้นร้านอาหาร			ดังนั้นควรทำร้านอาหารเพิ่ม เพราะลูกค้าต้องการร้านอาหารตั้งอยู่บริเวณหอพัก
1.4 อยากให้มีพื้นที่ตากผ้าภายในห้องพักหลายๆ	หอพัก มีราวสำหรับตากผ้า ตรงระเบียงภายในห้องพัก และ ข้างล่างห้องพักให้แก่ผู้เช่าหอพัก	/		-
1.5 อยากให้มีโซนจอดรถเฉพาะรถยนต์บ้าง	หอพักมีที่จอดรถยนต์ที่เป็นสัดส่วน แต่มีปัญหาคือ เพื่อน พ่อ แม่ ญาติพี่น้อง มาเยี่ยมผู้พัก ก็นำรถยนต์ไปจอด ทำให้ผู้ที่อยู่ห้องอื่น ๆ ไม่มีที่จอดรถ		/	ทำสติ๊กเกอร์จอดรถยนต์สำหรับผู้ที่พักในหอ จอดได้ห้องละ 1 คัน คนที่มาเยี่ยมให้ไปจอดลานตรงฝั่งตรงกันข้ามกับหอพัก
1.6 มีห้องครัวหรือพื้นที่ที่สามารถทำอาหารได้	หอพักไม่มีห้องครัวให้ทำอาหาร			ทำเคาเตอร์สำหรับทำอาหารเพิ่ม
1.7 อยากให้มีเครื่องอบผ้าแห้ง	หอพักมีเครื่องซักผ้า แต่ไม่มีเครื่องอบผ้าแห้ง			ควรเพิ่มเครื่องอบผ้าแห้งให้กับผู้เช่า

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	การให้บริการของหอพักเวสธิมาคอร์ท	สอดคล้อง	ไม่ สอดคล้อง	ปรับปรุง
2. ด้านราคา				
2.1 หอพักที่อัตราค่าเช่าไม่เหมาะสมกับขนาดห้องเฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวก	หอพักเวสธิมาคอร์ท ตั้งราคาเช่าเหมาะสมกับขนาดห้อง เฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวก	/		-
2.2 บางหอพักตั้งราคาแพงเกินไป สูงกว่าความเป็นจริง	หอพักเวสธิมาคอร์ท ตั้งราคาเช่าอยู่ในเกณฑ์ที่ได้มาตรฐาน	/		-
3.1 ต้องการหอที่ใกล้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายหรือที่ทำงาน	หอพักตั้งอยู่หน้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและแหล่งชุมชนบ้านคู	/		-
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1 ควรมีการจัดกิจกรรมในหอพัก	หอพักเวสธิมาคอร์ทไม่มีกิจกรรมในหอพัก		/	ควรมีการจัดกิจกรรม ปีละ 1-2 ครั้ง
5. ด้านบุคลากร				
5.1 ต้องการพนักงานขายที่ยิ้มแย้ม และมีข้อมูลรายละเอียดหอพักที่ครบถ้วน	พนักงานขายไม่ค่อยยิ้มแย้ม ไม่เสนอข้อมูลที่ครบถ้วน จึงไม่สามารถจูงใจลูกค้าเช่าหอพัก		/	ควรแก้ไขโดยการให้คำแนะนำ อบรม สอนมารยาท ให้ความรู้แก่พนักงานขายอย่างทั่วถึง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	การให้บริการของหอพักเวสริมาคอร์ท	สอดคล้อง	ไม่ สอดคล้อง	ปรับปรุง
6. ด้านกระบวนการบริการ				
6.1 ต้องการหอพักที่มีระบบความปลอดภัยที่ดี	หอพักมีรูปก ดูแลตลอดคืน และมีกล้องวงจรปิด 18 ตัว	/		-
6.2 มีการเซ็นต์สัญญาเช่าให้ชัดเจนกับผู้เช่า	หอพักมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน	/		-
6.3 หอพักมีกฎระเบียบที่เคร่งครัด	หอพักมีกฎระเบียบดังนี้ ไม่ส่งเสียงดังรบกวนเพื่อนผู้พักอาศัยในยามวิกาล ถ้ามีผู้แจ้งเดือนครบ 3 ครั้ง ทางหอพักจะเชิญออกทันที	/		-
6.4 ระบบการจัดการขยะหอพักเป็นสิ่งจำเป็น	หอพักมีการจัดการขยะอย่างถูกสุขลักษณะ มีฝาปิดที่มิดชิด มีถังขยะเพียงพอสำหรับขยะในหอพัก	/		-
6.5 การบริการเป็นสิ่งสำคัญ หอพักที่ดีควรมีบริการที่น่าประทับใจ	หอพักมีการให้คำแนะนำและการบริการหลังการขายได้แก่ เรื่องอินเทอร์เน็ต การซ่อมแซมอุปกรณ์ให้ฟรีเมื่อชำรุด เสียหาย แต่อาจจะแก้ปัญหาช้าไป		/	ควรเพิ่มความรวดเร็วในการบริการหลังการขาย เพื่อรักษาคุณภาพต่อไปให้เป็นมาตรฐาน
7. ด้านการนำเสนอทางกายภาพ				
7.1 อยากให้เพิ่มความเป็นธรรมชาติในบริเวณที่พักมากกว่านี้ อยากผ่อนคลาย ใกล้เคียงธรรมชาติ	หอพักเวสริมาคอร์ทมีการจัดสวนซ่อมภายในหอพัก และข้างหอพัก สามารถ นั่งเล่น อ่านหนังสือ ชมธรรมชาติได้	/		-
7.2 พบว่าไฟทางเดินควรสว่างตลอดทั้งกลางวันและกลางคืน	หอพักเวสริมาคอร์ทมีไฟบริเวณทางเดินหน้าห้องพัก และตรงกลางหอพักที่เพียงพอ และมีไฟสำรองไว้ตอนไฟดับทุกชั้น	/		-

4. Business Model Canvas หอพักเวสทิมาคอร์ทีใหม่

<p>KP</p> <p>1.วิศวกรเขียนแบบและก่อสร้าง</p> <p>2.สำนักงานบัญชี</p> <p>3.ช่างดูแลเครื่องอินเทอร์เน็ต</p> <p>4.ช่างดูแลสัญญาณทีวีและกล่องวงจรปิด</p> <p>5.บริษัท พ.พานิชอิเล็กทรอนิกส์จำกัด</p> <p>6.Unipest Company Limited</p> <p>7.บริษัท สยามคัลทิประกันภัย จำกัด (มหาชน)</p> <p>8.ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งทรัพย์ วอเตอร์เวอร์ค</p> <p>9.TOT</p> <p>10.3BB</p> <p>11.ช่างรับเหมาก่อสร้าง</p> <p>12.ร้านขายอุปกรณ์พีดีเน็ต</p>	<p>KA</p> <p>1. บริการห้องพัก</p> <p>2. ดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าและทรัพย์สิน</p> <p>3. ทำความสะอาดห้องพัก และระเบียง</p> <p>4. ซ่อมแซมอุปกรณ์ภายในห้องพัก</p> <p>5. เจ้าหน้าที่ดูแลเน็ต เคเบิลและกล่องวงจรปิด</p>	<p>VP</p> <p>ด้านผลิตภัณฑ์</p> <p>1. มีการออกแบบห้องพักที่มีความคงทนและน่าพักอาศัย(บิวอินจากไม้จริง สilestoneโรงแรม)</p> <p>2. อินเทอร์เน็ตความเร็ว 250 Mbps เพิ่มเป็น 400 Mbps</p> <p>3. ความสะอาดภายในห้องพัก เพิ่ม ห้องครัว</p> <p>4. ความสะอาดภายในห้องพัก ได้แก่ มีมินิมาร์ท เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ พื้นที่ตากผ้าส่วนรวม และสวนหย่อมให้นั่งเล่น เพิ่ม โซนกีฬา ร้านอาหาร เครื่องอบผ้าแห้ง</p> <p>5. ทำสต็อกเฟอร์นิเจอร์ครบครันสำหรับผู้พักในหอ จอดได้ห้องละ 1 คัน คนที่มาเยี่ยมให้ไปจอดลานตรงฝั่งตรงกันข้ามกับห้องพัก</p> <p>ด้านราคา</p> <p>1. ปรับ ความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า จ่ายวันที่ 1-10 เก็บวันที่กำหนดปรับวันละ 50 (บาทบางกรณี ถ้าลูกค้ามีความจำเป็น หรือมีเหตุผล ในการจ่ายช้า ก็จะยกให้เป็นกรณีไป)</p> <p>ด้านทำเลที่ตั้ง</p> <p>1. ทำเลที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและที่ทำงาน</p> <p>2. หอพักใกล้แหล่งอุปโภคบริโภค</p> <p>ด้านบุคลากร</p> <p>1. แก้ไข โดยให้คำแนะนำอบรม สอนมารยาท ให้ความรู้แก่พนักงานขายอย่างทั่วถึง</p> <p>ด้านกระบวนการบริการ</p> <p>1. หอพักรับชำระค่าเช่าผ่านเคาเตอร์ทางธนาคาร หรือแอปพลิเคชันโอนเงินบนมือถือ เปลี่ยนเป็นรับเงินสดแทน</p> <p>2. ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม</p> <p>3. ระบบป้องกันอัคคีภัย</p> <p>ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ</p> <p>1. หอพักมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ปลอดภัย สงบ เป็นส่วนตัว อยู่ใกล้ธรรมชาติ</p> <p>2. หอพักมีส่วนหย่อมให้นั่งพักผ่อน</p>	<p>CR</p> <p>การบริการหลังการขาย</p> <p>ด้านการส่งเสริมการตลาด</p> <p>1. มีการจัดกิจกรรมทุกสิ้นปี คือมีการเลี้ยงอาหาร เครื่องดื่มฟรี และมีการจับฉลากแลกของขวัญ</p> <p>2. มีส่วนลดค่าเช่าในกรณีทำสัญญาระยะยาว 1 ปี</p> <p>ด้านกระบวนการบริการ</p> <p>1. เพิ่มความรวดเร็วในการบริการหลังการขาย</p>	<p>CS</p> <p>นักศึกษา คนทำงาน</p>
<p>CS</p> <p>1.ค่าที่ดิน 2.ค่าเขียนแบบและก่อสร้าง 3.ค่าโฆษณา 4.ค่าอินเทอร์เน็ต 5.ค่าไฟ</p> <p>6.ค่ากำจัดปลวก 7.ค่าประกันวินาศภัย 8.ค่าทำบัญชี 9.ชื่อขอมินิมาร์ท 10.ค่าใช้จ่ายอื่นๆ</p> <p>11.ค่าอุปกรณ์ภายในห้องพัก ได้แก่ แอร์ พัดลม ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น ทีวี ซิงค์ล้างจาน ห้องครัว</p> <p>12.ค่าอุปกรณ์ภายนอกห้องพัก ได้แก่ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตู้น้ำหยอดเหรียญ กล่องวงจรปิด จานเคเบิล เครื่องอบผ้าแห้ง</p> <p>13.เงินเดือนพนักงาน ได้แก่ ผู้ดูแลห้องพัก แม่บ้าน ชาม 14.เฟอร์นิเจอร์บิวอิน</p> <p>15.พีดีเน็ต 16.ร้านอาหาร 17.อุปกรณ์พีดีเน็ต</p>		<p>RS</p> <p>1.รายได้ค่าเช่า 2.รายได้ค่าไฟ</p> <p>3.รายได้ค่าน้ำ 4.รายได้ค่าเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ</p> <p>5.รายได้ค่าน้ำหยอดเหรียญ 6.รายได้จากร้านมินิมาร์ท</p> <p>7.รายได้ค่าเช่าร้านอาหาร 8.รายได้จากพีดีเน็ต</p> <p>9.รายได้ค่าเครื่องอบผ้าแห้งหยอดเหรียญ</p>		

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์นั้น พบว่า มีเครื่องทำน้ำอุ่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งผลวิจัยได้สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550: 110-112) ที่ได้กล่าวถึง แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พอใจ ผลิตภัณฑ์จะต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

ด้านราคานั้น พบว่า ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้อง และค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยได้สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550: 110-112) ได้กล่าวถึง แนวคิดทางการตลาดของธุรกิจการให้บริการด้านราคาว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ

ด้านทำเลที่ตั้งนั้น พบว่า หอพักใกล้สถานศึกษาและที่ทำงาน สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พลภูมิ ธีรฤกษ์ (2541) ศึกษาอุปสงค์ของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อหอพักเอกชน พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง นักศึกษาให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้ง ใกล้มหาวิทยาลัยมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น พบว่า โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เช่น facebook Website เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญพิศส์ เกตุประคิษฐ์(2554) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสินค้า ด้านส่งเสริมการตลาดกับการรับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยทางไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์

ด้านบุคลากรนั้น พบว่า ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ดูแลหอพัก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิชญ์ พิศชวนชม (2553:69-70) พบว่า ในภาพรวมของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความต้องการต่อการให้บริการหอพักด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ต้องการให้บุคลากรใช้วาจาสุภาพ กิริยาอ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาทที่ดี ให้บริการที่รวดเร็ว

ด้านกระบวนการบริการนั้น พบว่า มีการพาผู้สนใจเข้าชมห้องพัสดุตัวอย่างเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ แก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้รวดเร็ว ซึ่งผลวิจัยสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 : 110-112) ที่ได้กล่าวถึง กระบวนการบริการ เป็นการบริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพนั้น พบว่า สภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ปลอดภัย เงียบสงบเป็นส่วนตัว อยู่ใกล้ชัชรธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รวิภา วงศ์บุษย์รัตน์ (2547: 67) พบว่า ปัญหาการใช้บริการหอพักเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้แก่ นักศึกษาส่งเสียงดัง ภายในห้องร้อน อากาศไม่ถ่ายเท และพิชญ์ พิศชวนชม (2553:70) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้มีความต้องการในระดับมากในด้านสภาพแวดล้อม และลักษณะทางกายภาพของหอพักที่มีความสะอาด มีส่วนพักผ่อนที่จัดเป็นสวนหย่อมสวยงาม

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มความเร็วอินเทอร์เน็ตจาก 250 Mb เป็น 400 Mb เพิ่มโฆษณาออกกำลังกาย ได้แก่ ฟิตเนส เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ได้แก่ ร้านอาหาร ทำสติกเกอร์จอร์จรถยนต์สำหรับผู้ที่พักในหอ จัดได้ห้องละ 1 คัน คนที่มาเยี่ยมให้ไปจอดลานตรงฝั่งตรงกันข้ามกับห้องพัก ทำห้องครัวเพิ่มให้กับผู้เช่า เพิ่มเครื่องอบผ้าแห้งให้กับผู้เช่า
2. ด้านราคา มีความยืดหยุ่นในการเก็บค่าเช่า คือมีการเก็บค่าเช่าทุกๆต้นเดือน วันที่ 1-10 ของเดือน ถ้าเกินกำหนดปรับวันละ 50 บาท (บางกรณี ถ้าลูกค้ามีความจำเป็น หรือมีเหตุผลในการจ่ายช้า ก็จะยกให้เป็นกรณีไป)
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีส่วนลดค่าเช่าในกรณีทำสัญญาระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป มีการจัดกิจกรรมปีละ 1-2 ครั้ง เพื่อความสนิทสนมกับผู้เช่ามากขึ้น และเป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้า
4. ด้านบุคลากร ให้คำแนะนำ อบรม สอนมารยาท ให้ความรู้แก่พนักงานขายอย่างทั่วถึง
5. ด้านกระบวนการบริการ เพิ่มความรวดเร็วในการบริการหลังการ ยกเลิกการชำระค่าเช่าผ่านเคาเตอร์ทางธนาคาร หรือแอปพลิเคชัน โอนเงินบนมือถือ เปลี่ยนเป็นรับเงินสดแทน

รายการอ้างอิง

- จันจิรา ตั้งทรงเจริญ, ศรีัญญา ตั้งทรงเจริญ และวรรณชิตา ยิมเยี่ยม. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ในเขตมีนบุรี จังหวัด กรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ชญัญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิสนิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเวิร์ด.
- พัชรี โชคบำรุงศิลป์. (2554). *การตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน*. การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

พิชญา พิศชวนชม. (2553). *ความต้องการและความคาดหวังของนักศึกษาต่อการให้บริการหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. การศึกษาปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

พรพรหม พรหมเพศ. (2551). *ธุรกิจเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ท็อป.

พลภูมิ หิรัญเกศ. (2541). *อุปสงค์ของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อหอพักเอกชน*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

มัทนา จันทะธานี. (2555). *การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดผู้เช่าห้องหอพักเพิ่มพูนทรัพย์อำเภอ กันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

รวิภา วงศ์บุษย์รัตน์. (2547). *การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการหอพักนักศึกษา ของ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2550). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็ก.

สรัญญา สุขเพิ่ม. (2556). *ความต้องการของนิสิตต่อการบริการด้านหอพักนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร กองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร*. พิษณุโลก: กองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยนเรศวร.

อภิชาติ สิริผาดิ. (2549). *รวยด้วยคอนโดมิเนียม*. กรุงเทพฯ: Khumthong Industry and Printing.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. New Jersey: John Willy & Son.