

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับ
ปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
MARKETING MIX FACTOR AFFECTING THE DECISION MAKING ON A
ROOM FOR RENT FOR PRACTITIONER LEVEL EMPLOYEES IN BANG YAI
DISTRICT NONTHABURI PROVINCE

ภาวิณี พอดีงาม

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Pavinee Pordeengarm

Pim.pavi@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด บุคคลด้านลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และกระบวนการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี คือ การตระหนักรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ การซื้อสินค้าหรือบริการ

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรจังหวัดนนทบุรี อำเภอบางใหญ่ ที่ทำงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลวิจัยพบว่า ผู้ที่ตัดสินใจเลือกห้องพัก ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 มีอายุ 24 - 40 ปี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 มีสถานภาพแต่งงานแล้ว จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 มีจำนวนผู้ร่วมพักอาศัย 4 คน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 มีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 94

ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นมากได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ บุคคล ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการ ตามลำดับ

ผลวิจัยพบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือการตระหนักรู้ถึงปัญหา ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ การค้นหาข้อมูล ภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด , กระบวนการตัดสินใจซื้อ , ที่พัก

ABSTRACT

The research of Marketing mix Factor Affecting the Decision Making on a Room for Rent for Practitioner Level Employees in Bang Yai District Bang Yai Province. The Objectives to study Marketing mix Factor Affecting the Decision Making on a Room to Rent for Practitioner Level Employees in Bang Yai District Bang Yai Province. The factors of research include Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence. And the Purchase Decision Process on a Room for Rent for Practitioner Level Employees in Bang Yai District Bang Yai Province, Problem Recognition, Information Search, Evaluation of Alternatives, Purchase Decision, Post-purchase Behavior.

Population Employees in Bang Yai District Nonthaburi Province 390 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were Frequency, Percentage, Mean and Standard Deviation.

The results found that Population Employees in Bang Yai District Nonthaburi Province 390 peoples. Most are female 222 peoples representing 56.9%, aged 24 - 40 years old 307 people representing 78.7%, Married status 256 peoples representing 65.6%, Number of 4 residents 149 people representing 38.2%, Occupation government officer 116 people representing 29.7%, Monthly income 20,001-30,000 baht 136 people representing 34.9%, Bachelor's degree 368 people representing 94.4%.

The results found that Marketing mix Factor Affecting the Decision Making on a Room for Rent for Practitioner Level Employees in Bang Yai District Bang Yai Province. Overall is at a high level. Considering each side, that all aspects had a high level of opinions Physical Evidence, People, Product, Price, Place, Promotion and Process respectively.

The results found that Decision Making on a Room for Rent for Practitioner Level Employees in Bang Yai District Bang Yai Province. Overall is at a high level. Considering each side, then that side is the highest level of Problem Recognition. The other side is high level of Information Search, Post-purchase Behaviour, Evaluation of Alternatives and Purchase Decision respectively.

Keyword: Marketing Mix, Buying Decision, Room for rent

บทนำ

ปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ในเขตปริมณฑล ห่างจากกรุงเทพมหานคร 20 กิโลเมตร มี และมีประชากรหนาแน่นที่สุดเป็นอันดับ 2 มีจำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 1,293,186 คน ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศรองจากกรุงเทพมหานคร มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้มีประชากรย้ายถิ่นฐานเข้ามาเป็นจำนวนมาก ดังนั้นความหนาแน่นของจำนวนประชากรจึงไม่แตกต่างจากกรุงเทพมหานคร

การพัฒนาเศรษฐกิจในจังหวัดนนทบุรีนั้น ในปัจจุบันยังมีปัจจัยจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และผลกระทบจากวิกฤติความขัดแย้งระหว่างประเทศทำให้มีจำนวนประชากรที่เข้ามาในจังหวัดนนทบุรีเพื่อทำธุรกิจหรือหารายได้มีจำนวนลดลง คาดการณ์ว่าหากผ่านพ้นวิกฤติจากปัจจัยข้างต้นแล้วจะทำให้มีประชากรที่ต้องการเข้ามาทำธุรกิจหรือหารายได้ในจังหวัดนนทบุรีมากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งการหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค และนำไปใช้สร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่ง เพื่อให้ธุรกิจนำไปใช้และพัฒนาในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ จำนวนผู้อาศัย อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด

บุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

กระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การตระหนักรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ การซื้อสินค้าหรือบริการ

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรในจังหวัดนนทบุรี อำเภอบางใหญ่ ที่ทำงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ W.G.cochran (1953) จะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจะขอเก็บเป็นจำนวน 390 คน

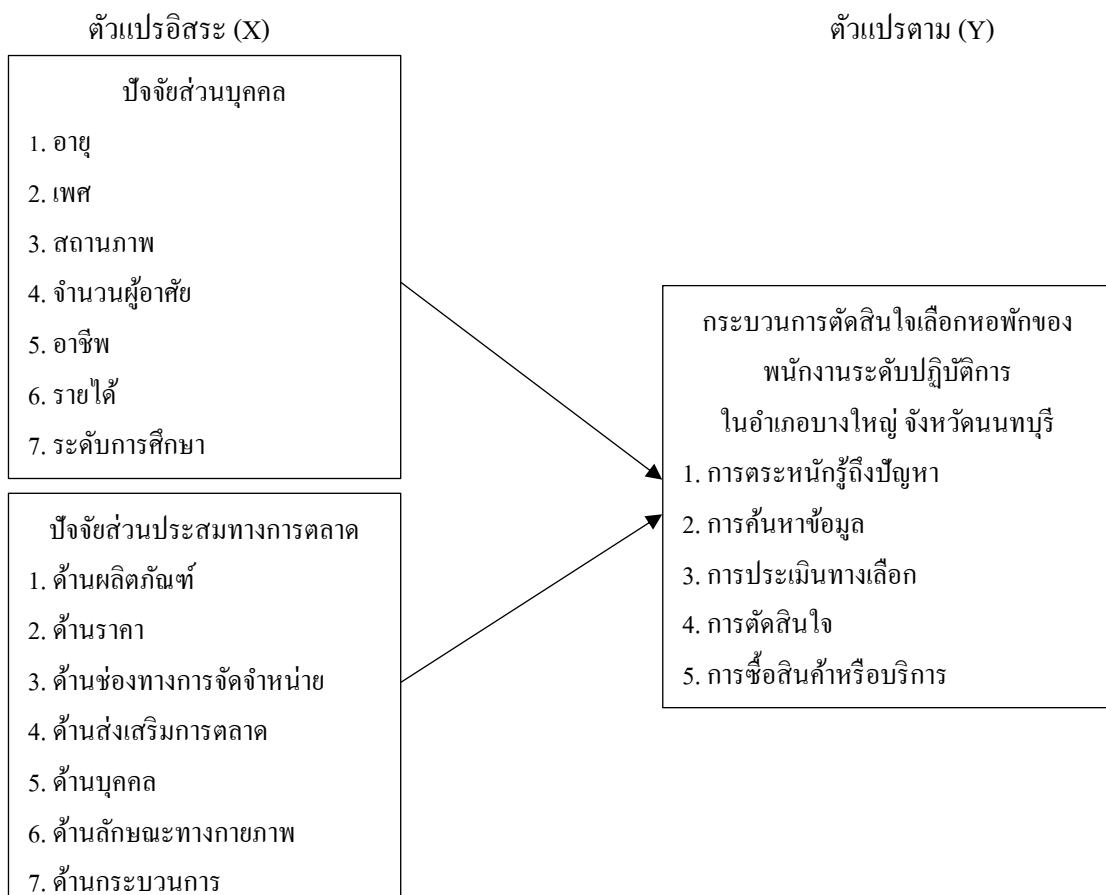
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ได้เริ่มดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน มิถุนายน ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ.2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
- 2.ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
- 3.ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในธุรกิจเพื่อไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดส่วนประสมทางการตลาด (Kotler, Philip and Armstrong, 2018) เป็นชุดเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 7 ประการ เรียกว่า 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขาย บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ มี 5 ขั้นตอน ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเป็นเวลานาน และมีผลกระทบต่อภายหลังการซื้อด้วย ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความจำเป็น การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหอพัก หรืออพาร์ทเมนท์

ธุรกิจหอพัก หรืออพาร์ทเมนท์ในปัจจุบันยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (วัชรพันธ์, 2565) และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นวงกว้าง ทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจและอุตสาหกรรม และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้พัก ทำให้จำนวนผู้พักอาศัยลดลง ด้วยปัจจัยเหล่านี้ทำให้การลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ให้เข้าลดลง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อริยาภรณ์ สกุลชัชวรพันธ์ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตจังหวัดสมุทรปราการพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร รองลงมาคือ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การตระหนักถึงปัญหา และพฤติกรรมหลังการซื้อ ตามลำดับ

จันทร์จิรา บัวหลวง (2562) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 4 ด้าน คือ การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ และรับรู้ปัญหา ตามลำดับ และมีระดับ ความคิดเห็นในระดับมาก คือ การแสวงหาข้อมูล

ธัญลักษณ์ รสรัตน์ และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้บริโภค ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง พบว่า ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก มากที่สุด คือ กระบวนการบริการ รองลงมา สิ่งแวดล้อมกายภาพ ผลิตภัณฑ์/บริการ การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และน้อยที่สุดด้านบุคลากร

นิรุต ศรีกุล และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้พักอาศัย ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้พักอาศัย ในเขตจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรรริชา ถนอมกาญจนกุล (2564) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การแสวงหาข้อมูล พฤติกรรมหลังการซื้อ และการรับรู้ปัญหา

รุ่งกานต์ ภูหอมเจริญ, พิศพันธ์ ชาญวสุนันท์ (2564) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทเช่าระยะยาว: กรณีศึกษา โครงการ ทริปเป็ด วาย เรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานครผลของงานวิจัยปรากฏให้เห็นว่า ปัจจัยที่ค้นพบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการขาย

สุพจน์ โจรินธัญชัย (2565) ศึกษาเรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การรับรู้ปัญหา พฤติกรรมภายหลังการซื้อ และการตัดสินใจ

กนกรัตน์ ดวงพิกุล (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา และลำดับสุดท้ายด้านลักษณะห้องพัก

พิชารณห์ ทองเสวด, สุวรรณ เชนน้อย และสำราญ บุญเจริญ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมอินทรา จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า พนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอินทรา ให้ความสำคัญการตัดสินใจเลือกห้องพักโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านตัวบุคลากรให้บริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เฉลิมพล เฉลิมแสน (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณทองหล่อ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมบริเวณทองหล่อ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

อังควิภา แนวจำปา, รัชณี งามระน้อย, อมรรัตน์ คลองโนนสูง (2566) เรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและอิทธิพลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของคอนโดมิเนียม ในมุมมองของผู้บริโภคเจนเอเรชั่น B X Y จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในแต่ละเจนเอเรชั่น ประเมินระดับอิทธิพลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

ปิยะนันท์ เปลี่ยนวงศ์เช้า (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ของประชากรในเขตลาดพร้าว พบว่า โดยรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

การประเมินทางเลือก การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูลมีระดับความสำคัญมากที่สุด และข้อที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับ มากคือ การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่ทำงานในระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ของกลุ่มประชากร ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร W.G.cochran (1953) โดยต้องการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เป็นร้อยละ 50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ ร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 384 คน เก็บเป็นจำนวน 390 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือแบบสอบถาม(Questionnaire) แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

ในส่วนที่ 3 และ 4 แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (Rating Scale) ดังนี้ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถาม นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน พิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

1 ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.05 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

2 ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้จากการแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยใช้ Google Form หลังจากได้รับข้อมูลครบถ้วนแล้ว จึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ได้แก่ 1) ค่าความถี่ (Frequencies) 2) ค่าร้อยละ (Percentage) 3) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ 4) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 390 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 และเพศชาย จำนวน 168 คิดเป็นร้อยละ 43.1 มีอายุ 24 - 40 ปี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7, อายุ 41 – 57 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1, อายุต่ำกว่า 24 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และอายุมากกว่า 57 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว จำนวน 256 คนคิดเป็นร้อยละ 65.6 และสถานภาพโสด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมพักอาศัย 4 คน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2, จำนวนผู้ร่วมพักอาศัย 3 คน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3, จำนวนผู้ร่วมพักอาศัย 2 คน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0, จำนวนผู้ร่วมพักอาศัย 1 คน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และไม่มีผู้ร่วมพักอาศัยที่มากกว่า 4 คนขึ้นไป ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7, พนักงานเอกชน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7, พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6, พนักงานของรัฐ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และมีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9, รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3, รายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1, รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4, ปริญญาโท หรือสูงกว่า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6, มัธยมศึกษา/ ปวช. และระดับการศึกษานอกระบบ/ ปวส. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และไม่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก จากการจำแนกทั้ง 7 ด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นมาก ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลิก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก จากการจำแนกทั้ง 5 ด้านพบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ การตระหนักรู้ถึงปัญหา ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ การค้นหาข้อมูล ภายหลังการซื้อสินค้า การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 390 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีอายุ 24 - 40 ปี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 มีสถานภาพแต่งงานแล้ว จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 65

มีจำนวนผู้ร่วมพักอาศัย 4 คน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 มีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นมากได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ตามลำดับ

กระบวนการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ

กระบวนการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นมากได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ตามลำดับโดยจะอภิปรายผลเพิ่มเติม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าทุกข้อมีระดับความคิดเห็นมากคือ ขนาดห้องพักที่มีขนาดกว้าง มีเครื่องปรับอากาศ มีชื่อเสียง มีการออกแบบที่สวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมพล เฉลิมแสน (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณทองหล่อ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมบริเวณทองหล่อ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านราคา

ในด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากคือ ราคาค่าสาธารณูปโภค การเก็บค่าเช่าล่วงหน้า ราคาเช่าปรับเกินกำหนด ค่าประกันมีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งกานต์ ภูหอมเจริญ, พิศพันธ์ ชาญวสุนันท์ (2564) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทเช่าระยะยาว: กรณีศึกษา โครงการ ทริปเปิ้ล วาย เรสซิเดนซ์ กรุงเทพมหานครผลของงานวิจัยปรากฏให้

เห็นว่า ปัจจัยที่ค้นพบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการขาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากคือ หอพักอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือสถานศึกษา หอพักมีความสะดวกในการเดินทาง หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สอดคล้องกับวิจัยของ พิชาภรณ์ ทองเสวต, สุวรรณ เชน้อย และสำราญ บุญเจริญ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมอินทรา จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า พนักงานนิคมอุตสาหกรรมอินทรา ให้ความสำคัญการตัดสินใจเลือกห้องพักโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านตัวบุคลากรให้บริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ มีความยืดหยุ่นเรื่องเวลาชำระค่าเช่า หอพักมีการลงรายละเอียดต่าง ๆ ในการ โฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ มีบุคคลมีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์ มีส่วนลดค่าบริการต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรุต ศรีกุล และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้พักอาศัย ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้พักอาศัย ในเขตจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านบุคคล

ในด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่หอพักมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่หอพักให้บริการรวดเร็ว ให้บริการด้วยความสุภาพ และมีทัศนคติที่ดี สามารถรับฝากของได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกรัตน์ ดวงพิกุล (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา และลำดับสุดท้ายด้านลักษณะห้องพัก

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ หอพักมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ หอพักมีความปลอดภัย มีกล้องวงจรปิด สภาพแวดล้อมรอบๆ มีความสะอาด สภาพแวดล้อมมีความเงียบสงบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังควิภา แนวจำปา, รัชณี งามระน้อย, อมรรัตน์ คลองโนนสูง (2566) เรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและอิทธิพลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของคอนโดมิเนียม ในมุมมองของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น B X Yจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในแต่ละเจนเนอเรชั่น

ประเมินระดับอิทธิพลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

ด้านกระบวนการ

ในด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากคือ การออกไปแจ้งค่าชำระ มีการดูแลความเรียบร้อยภายในห้องพักก่อนให้เช่า มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในใบแจ้งค่าชำระ สอดคล้องกับวิจัยของ ชันญลักษณ์ รสรื่น และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้บริโภค ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก มากที่สุด คือ กระบวนการบริการ รองลงมา สิ่งแวดล้อมกายภาพ ผลิตภัณฑ์/บริการ การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และน้อยที่สุดด้านบุคลากร

กระบวนการตัดสินใจเลือกห้องพักของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก จากการจำแนกทั้ง 5 ด้านพบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านการตระหนักรู้ถึงปัญหา ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายผล ดังนี้

ด้านการตระหนักรู้ถึงปัญหา

ในด้านการตระหนักรู้ถึงปัญหา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ทราบจำนวนผู้เข้าพักอาศัยที่จะอยู่ร่วมห้อง ทราบถึงขนาดของห้องพัก ทราบถึงระยะเวลาที่ต้องการอาศัยในห้องพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทร์จิรา บัวหลวง (2562) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 4 ด้าน คือ การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ และรับรู้ปัญหา ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก คือ การแสวงหาข้อมูล

ด้านการค้นหาข้อมูล

ในด้านการค้นหาข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ หาข้อมูลจากหลายแห่งมาประกอบกัน หาข้อมูลห้องพักจากผู้ที่เคยพักมาก่อน มีข้อมูลห้องพักมาก่อน เห็นการโฆษณาห้องพักผ่านเฟสบุ๊ก เห็นการโฆษณาห้องพักผ่านเว็บไซต์ห้องพัก หาข้อมูลจากโบปลิว หรือป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ สอดคล้องกับวิจัยของ สุพจน์ โรจนธนูชัย (2565) ศึกษาเรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเช่าห้องพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การรับรู้ปัญหา พฤติกรรมภายหลังการซื้อ และการตัดสินใจ

ด้านการประเมินทางเลือก

ในด้านการประเมินทางเลือก โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ประเมินทางเลือกจากความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ได้รับสูงสุด เลือกจากปัจจัยด้านสถานที่ตั้งเป็นอันดับแรก เลือกจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรริชา ธนอมกาญจนกุล (2564) ศึกษาเรื่อง

กระบวนการตัดสินใจซื้อของคน โคมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การแสวงหาข้อมูล พฤติกรรมหลังการซื้อ และการรับรู้ปัญหา

ด้านการตัดสินใจซื้อ

ในด้านการตัดสินใจซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากคือ เลือกลงจากความปลอดภัย เลือกหอพักที่มีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ เลือกจากข้อมูลที่ได้มีเส้นทางเลือก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะนันท์ เปลี่ยนวงศ์เช่า (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม ของประชากรในเขตลาดพร้าว พบว่า โดยรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การประเมินทางเลือก การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูลมีระดับความสำคัญมากที่สุด และข้อที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับ มากคือ การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ด้านภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ

ในด้านภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากคือ จะพักอาศัยอยู่ที่หอพักเดิม เชื้อมั่นในมาตรฐานหอพักที่ท่านเลือก หลังจากเข้าพักแล้วมีความพึงพอใจกับพนักงาน/เจ้าของที่ให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยาภรณ์ สกฤษชัยวรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตจังหวัดสมุทรปราการพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร รองลงมาคือ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การตระหนักถึงปัญหา และพฤติกรรมหลังการซื้อ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ข้อเสนอแนะคือ หอพักที่มีขนาดกว้าง ทำให้ภายในห้องพื้นที่ใช้สอยมาก, หอพักที่มีเครื่องปรับอากาศ หอพักควรเลือกใช้ เครื่องปรับอากาศที่มีสลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ใช้ระบบอินเวอร์เตอร์ และมีมอก. เป็นต้น, เลือกหอพักที่มีชื่อเสียง มีผู้ที่กล่าวถึงในจุดเด่นในเรื่องต่าง ๆ เช่น หอพักมีความปลอดภัย
2. ด้านราคา ข้อเสนอแนะคือ ราคาค่าสาธารณูปโภค มีความเหมาะสม ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าอินเตอร์เน็ต ต้องมีความเหมาะสม โดยการเก็บค่าน้ำค่าไฟคิดเป็นหน่วยตามที่ใช้อย่างจริง, การเก็บค่าเช่าล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม เก็บตามราคาเช่าจริง จะเก็บไม่เกิน 1 – 2 เดือน, ราคาเช่าปรับเกินกำหนด มีความเหมาะสม หากชำระเกินกำหนดจะมีค่าปรับวันละ 50-100 บาท เป็นต้น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อเสนอแนะคือ หอพักอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือสถานศึกษา การเลือกทำเลที่ตั้งของหอพัก ต้องคำนึงถึงความใกล้ไกล และระยะเวลาจากหอไปยังที่ทำงาน หรือสถานศึกษา เป็นต้น, หอพักมีความสะดวกในการเดินทาง โดยหอพักควรอยู่ติดถนนใหญ่ที่มีรถโดยสารสาธารณะวิ่งผ่าน หรือสถานีรถไฟฟ้า ที่, หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน หอพักควรอยู่ใกล้กับ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายยาหรือโรงพยาบาลใกล้ ๆ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อเสนอแนะคือ มีความยืดหยุ่นเรื่องเวลาชำระค่าเช่า โดยการแบ่งจ่าย หรือสามารถประนีประนอมได้, หอพักมีการลงรายละเอียดต่าง ๆ ในการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ คือ ราคาเช่า ห้อง รูปภาพหอพัก ตำแหน่ง บน Google Maps, มีบุคคลมีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์ อาจจะเป็นบุคคลที่เป็นที่ยอมรับในละแวกนั้น หรือเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ มาประชาสัมพันธ์ ทำให้หอพักมีภาพลักษณ์ที่ดี

5. ด้านบุคคล ข้อเสนอแนะคือ เจ้าหน้าที่หอพักมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ คือปัญหาการขโมยสิ่งของในหอพัก จึงต้องหาเจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์, เจ้าหน้าที่หอพักให้บริการรวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น น้ำไม่ไหล ไฟดับ หรืออุปกรณ์มีการชำรุด ต้องการให้พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว, เจ้าหน้าที่หอพักให้บริการด้วยความสุภาพ และมีทัศนคติที่ดี คือ ต้องคัดเลือกพนักงาน ที่มีสุภาพ และมีทัศนคติที่ดี

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ข้อเสนอแนะคือ หอพักมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ สัดส่วนที่จอดรถกับจำนวนห้องโดยทั่วไป ควรมีไม่ต่ำกว่า 40%, หอพักมีความปลอดภัย ควรมีกลิ้งวงจรปิด เพื่อความปลอดภัยในบริเวณที่พักอาศัย รวมถึงมีพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนประตูนั้นใช้คีย์การ์ดเปิด/ปิด, สภาพแวดล้อมรอบๆ มีความสะอาด เช่น ไม่อยู่ใกล้กับโรงขยะ บ่อบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

7. ด้านกระบวนการ ข้อเสนอแนะคือ การออกใบแจ้งค่าชำระมีความถูกต้อง มีระบบและโปรแกรมหอพักในการออกใบแจ้งค่าชำระ ที่มีความแม่นยำสูง, มีการดูแลความเรียบร้อยภายในหอพักก่อนให้เช่า ต้องเตรียมความพร้อมให้กับห้องคือ ควรทำความสะอาด ซ่อมอุปกรณ์ภายในห้องให้เรียบร้อย เป็นต้น, มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในใบแจ้งค่าชำระ เพื่อให้ผู้เช่ารู้ถึงรายละเอียดที่ต้องชำระ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ วิธีการชำระเงิน

8. ด้านการตระหนักรู้ถึงปัญหา ข้อเสนอแนะคือ ท่านทราบที่ตั้งของหอพักที่ท่านต้องการ คือผู้เช่าต้องทราบข้อมูลของตัวเอง ว่าทำงานที่ไหน และต้องการพักอาศัยอยู่ที่ไหน ถ้าทำเลอยู่ใกล้ออฟฟิศหรือสำนักงาน กลุ่มลูกค้าคือพนักงานออฟฟิศที่อยู่ในบริษัทต่างๆ เป็นต้น, ท่านทราบจำนวนผู้เช่าพักอาศัยที่จะอยู่ร่วมห้อง เพื่อเลือกห้องที่เหมาะสมกับขนาดครอบครัว ผังห้องที่ตอบโจทย์ความต้องการของคุณ, ท่านทราบถึงขนาดของหอพักที่ท่านต้องการ ถ้าผู้เช่าต้องการอาศัยอยู่คนเดียวอาจไม่จำเป็นต้องอยู่ห้องขนาดใหญ่

9. ด้านการค้นหาข้อมูล ข้อเสนอแนะคือ ท่านหาข้อมูลจากหลายแห่งมาประกอบกัน เช่นหาจากสื่อสิ่งพิมพ์ หาจากการลงโฆษณาตามเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น www.renthup.in.th, หาจากเฟสบุ๊ก หาจากการบอกปากต่อปากจากคนรู้จัก เป็นต้น, ท่านหาข้อมูลหอพักจากผู้ที่เคยพักมาก่อน การหาข้อมูลจากผู้ที่เคยเช่าพักมาก่อนนั้น จะทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากกว่า เช่น ควรอยู่ห้องฝั่งไหน หอพักที่ให้เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น, ท่านมีข้อมูลหอพักมาก่อน เนื่องจากสัญญาเช่าหอพักมีระยะเวลานาน และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นก่อนตัดสินใจเลือกควรหาข้อมูลก่อน

10. ด้านการประเมินทางเลือก ข้อเสนอแนะคือ ท่านประเมินทางเลือกจากความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ได้รับสูงสุด เพื่อลดภาระด้านอื่น ๆ เช่น เลือกเช่าหอพักเนื่องจากลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เลือกเช่าหอพักเพราะมีรายได้ไม่พอต่อการซื้อบ้าน เป็นต้น, ท่านประเมินทางเลือกจากปัจจัยด้านสถานที่ตั้งเป็นอันดับแรก เนื่องจากไม่มีความสะดวกในการเดินทาง และยังคงค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วย, ท่านประเมินทางเลือกจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ต้องพิจารณาเรื่องของความแข็งแรง ทนทานของอาคาร รูปลักษณ์ ความสะอาด เป็นต้น

11. ด้านการตัดสินใจซื้อ ข้อเสนอแนะคือ ผู้เข้าตัดสินใจในการเลือกห้องพักจากความปลอดภัย ผู้เช่ารู้สึกปลอดภัย เช่น มีรปภ.รักษาความปลอดภัย ติดตั้งกล้องวงจรปิด ตามจุดต่าง ๆ มีประตูหน้าต่างที่เป็นตาแมวและมีโซ่คล้องประตู เป็นต้น, ผู้เข้าตัดสินใจในการเลือกห้องพักที่มีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ เป็นความน่าเชื่อถือ และถูกบอกเป็นปากต่อปาก ทำให้ห้องพักนั้นมีชื่อเสียง และจะต้องรักษาระดับมาตรฐานที่ดีไว้, ท่านตัดสินใจในการเลือกอาศัยจากข้อมูลที่ได้มีเส้นทางเลือก การประเมินว่าควรเลือกอยู่ห้องพักที่มีความคุ้มค่าและเหมาะสมมากที่สุด

12. ด้านภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ข้อเสนอแนะคือ ผู้เช่าคิดว่าจะพักอาศัยอยู่ที่ห้องพักเดิม เกิดจากความจงรักภักดี (Brand loyalty) กับห้องพัก คือ มีทัศนคติที่ต่อห้องพัก ตอบสนองต่อความต้องการให้กับผู้เช่าได้, ท่านเชื่อมั่นในมาตรฐานห้องพักที่ท่านเลือก ห้องพักควรมีความคงที่ในมาตรฐานที่ดีของห้องพัก, หลังจากเข้าพักแล้วท่านมีความพึงพอใจกับพนักงาน/เจ้าของที่ให้บริการ เจ้าหน้าที่ห้องพักต้องมีความสามารถในการสื่อสาร มีความซื่อสัตย์ และมีใจในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้บริโภคใน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เช่นการสื่อสารการตลาด การรับรู้ข้อมูลข่าวสารซึ่งคาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น ๆ เพื่อหาความสอดคล้องของผลการศึกษาที่ได้แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบ และนำไปใช้ในการตัดสินใจทำธุรกิจห้องพัก

เอกสารอ้างอิง

กนกรัตน์ ดวงพิบูล. 2565. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน. บทความวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

กรรริชา ฤณอมกาญจนกุล. 2564. กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. บทความวิจัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จันทร์จิรา บัวหลวง. 2562. กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพฯ. บทความวิจัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
เฉลิมพล เฉลิมแสน. 2565. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณทองหล่อ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร. บทความวิจัย. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

ธัญลักษณ์ รสรีน และกฤษฎา มุฮัมหมัด. (2563). เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้บริโภค ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง. มหาวิทยาลัยรังสิต.

นิรุต ศรีกุล และกฤษฎา มุฮัมหมัด. (2563). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้พักอาศัย ในเขตจังหวัดปทุมธานี. มหาวิทยาลัยรังสิต.

ปิยะนันท์ เปลียนวงศ์เจ้า. 2566. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ของประชากรในเขตลาดพร้าว. บทความวิจัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- พิชาภรณ์ ทองเสวต, สุวรรณ เดชน้อย และสำราญ บุญเจริญ . 2565. ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมอินทรา จังหวัดสิงห์บุรี. บทความวิจัย. วิทยาลัยนครราชสีมา.
- รุ่งกานต์ ภู่ออมเจริญ, พิศพันธ์ ชาญวสุนันท์. 2564. กลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาคอนโดมิเนียมเชิงพาณิชย์: มุมมองของผู้บริโภค. สารนิพนธ์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วัชรพันธ์ นิยม. (2565). อพาร์ทเมนต์ให้เช่า. สืบค้นเมื่อ วันที่ 4 กรกฎาคม 2566 จาก <https://www.lhbank.co.th>.
- สุพจน์ โรจนธนูชัย. 2565. ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในจังหวัดอุดรดิคต. บทความวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิคต.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อริยาภรณ์ สกลชัยวรนนท์. 2562. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. บทความวิจัย. สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ.
- อังควิภา แนวจำปา, รัชณี งามระน้อย, อมรรัตน์ คลองโนนสูง. 2566. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและอิทธิพลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของคอนโดมิเนียม ในมุมมองของผู้บริโภคเจนเอเรชั่น B X Y จังหวัดนครราชสีมา. บทความวิจัย. มหาวิทยาลัยชัยวลิตกุล.
- Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip and Armstrong. (2018). Principles of Marketing, 17th edition. Pearson Education Limited 2018.